

Bachelorarbeit

Theodora Neumann

Entwicklung einer Mitgliederkampagne
für einen gemeinnützigen Förderverein

Development of a Member Campaign
for a nonprofit development association

2011

Fakultät Medien

Bachelorarbeit

**Entwicklung einer Mitgliederkampagne
für einen gemeinnützigen Förderverein**

Autor:

Theodora Neumann

Studiengang:

Angewandte Medien

Seminargruppe:

AM07wS1-B

Erstprüfer:

Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer

Zweitprüfer:

Dipl.-Des. (FH) Anna-Marleen Lobisch

Mittweida, 11. Januar 2011

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	2
2	Auftrag und Methode	5
2.1	Forschungsauftrag.....	5
2.2	Forschungsmethode.....	7
3	Die IST- Situation	11
3.1	Soziokultur.....	11
3.1.1	Organisationsstruktur in Sachsen	13
3.1.1.1	Landesverband Soziokultur Sachsen e. V.	14
3.1.1.2	Förderung.....	16
3.2	Der eingetragene Verein.....	18
3.2.1	Förderverein	19
3.2.2	Gemeinnützigkeit	19
4	Soziokulturelles Zentrum und Förderverein Putjatinhaus e. V.....	22
4.1	Organisationstruktur	22
4.1.1	Der Förderverein Putjatinhaus e. V.	23
4.1.1.1	Die Mitgliederversammlung	23
4.1.1.2	Der Vorstand	24
4.1.2	Das soziokulturelle Zentrum Putjatinhaus.....	25
4.1.3	Finanzierung.....	26
4.2	Leitbild und Programmausrichtung	27
4.3	Geschichte	29
5	Die Evaluation des Putjatinhaus e. V.	33
5.1	Der Untersuchungsgegenstand.....	33

5.1.1	Geschlecht/ Alter.....	34
5.1.2	Mitgliedsdauer.....	34
5.1.3	Tätigkeit/ Arbeitsfelder	35
5.1.4	Verteilung der Beitragszahlungen	35
5.1.5	geographische Ansiedlung	36
5.2	Zielsetzung.....	37
5.3	Aufbau.....	38
5.3.1	Fragestellung/ Antwortmöglichkeiten.....	40
5.4	Durchführung.....	43
5.4.1	Datenerfassung/Datenauswertung.....	44
5.5	Ergebnisse	45
5.5.1	Grund für Beitritt.....	45
5.5.2	Angebotsnutzung im Putjatinhaus.....	47
5.5.3	Bewertung des soziokulturellen Zentrums Putjatinhaus.....	48
5.5.4	Bewertung des Fördervereins Putjatinhaus e. V.	49
5.5.5	Aktivität der Vereinsmitglieder	52
6	Die Mitgliederkampagne.....	54
6.1	Beweggründe/ Zielsetzung	54
6.2	Zielgruppe	56
6.3	Merkmale	58
6.3.1	Mitgliedsarten	59
6.3.2	Bonussystem.....	63
6.3.3	Flyer.....	66
6.3.4	Werbemaßnahmen/Distribution	70
6.4	Aussichten der Mitgliederkampagne.....	72
7	Literaturverzeichnis	74

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2 Fürst Putjatin Quelle: Förderverein und soziokulturelles Zentrum Putjatinhaus e. V. (Hrsg.), URL: <a href="http://www.putjatinhaus.de/das-
haus/geschichte/">http://www.putjatinhaus.de/das- haus/geschichte/ , Abfrage am 7. November 2010.....	32
Abbildung 1 Putjatinhaus Quelle: Förderverein und soziokulturelles Zentrum Putjatinhaus e. V. (Hrsg.), URL: <a href="http://www.putjatinhaus.de/das-
haus/geschichte/">http://www.putjatinhaus.de/das- haus/geschichte/ , Abfrage am 7. November 2010.....	32
Abbildung 3 Eintrittsgrund in den Verein nach Anzahl der Nennungen.....	46
Abbildung 4 Benotung des Vereins in Prozent.....	50
Abbildung 5 Gründe für die Passivität der Vereinsmitglieder nach Anzahl der Nennungen.....	53
Abbildung 6 Bonuskarte Rückseite	64
Abbildung 7 Bonuskarte Vorderseite.....	64
Abbildung 8 Familienbonuskarte Vorderseite	66
Abbildung 9 Flyer Vorderseite ausgeklappt	69
Abbildung 10 Flyer Rückseite aufgeklappt.....	70

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Postleitzahl- gebiete in Dresden.....	36
Tabelle 2 Postleitzahlgebiete deutschlandweit.....	36

Abkürzungsverzeichnis

ebd.	ebenda (verweist in der Fußnote auf die zuvor genannte Quelle)
e. V.	eingetragener Verein
AO	Abgabenordnung

Referat

Die vorliegende Bachelorarbeit beschreibt anhand eines Beispiels aus der Praxis die Entwicklung einer Mitgliederkampagne für einen Verein auf der Basis einer qualitativen Vereinsevaluation. Bei dem Beispiel handelt es sich um den soziokulturellen Förderverein Putjatinhaus e. V., auf dessen spezielle IST-Situation zu Beginn der Arbeit eingegangen wird. Des Weiteren werden der genaue Aufbau und die Durchführung der Evaluation beschrieben. Abschließend folgt die Beschreibung des Aufbaus der Mitgliederkampagne.

1 Einleitung

„Vieles kann ein Mensch entbehren, nur den Menschen nicht.“¹ Das Zitat des deutschen Schriftstellers und Kritikers Ludwig Börne beschreibt, wie wichtig für den Menschen die Gemeinschaft ist. Entsprechend dieser Auffassung bilden sich Vereine, in denen verschiedene Individuen ein gemeinsames Ziel verfolgen. Das größte Kapital des Vereins sind somit seine Mitglieder und ihr Engagement, ohne das er nicht existieren könnte.

Diese Bachelorarbeit dokumentiert die Entwicklung einer Mitgliederkampagne für einen Verein auf der Basis einer internen Evaluation. Um eine realitätsnahe Darstellung zu erreichen, wird die Thematik anhand eines Beispiels aus der Praxis erläutert. Dabei handelt sich um den gemeinnützigen Förderverein Putjatinhaus e. V. in Dresden. Dieser Verein ist im Bereich der Soziokultur tätig und führt ein soziokulturelles Zentrum mit einem selbständigen Veranstaltungsbetrieb. Durch den Putjatinhaus e. V. wurde sowohl die interne Vereinsevaluation als auch die Mitgliederkampagne in Auftrag gegeben, die Beweggründe und Zielesetzung dafür sind im Forschungsauftrag zusammengefasst. Darauf folgend wird die Methode zur internen Vereinsevaluation mittels qua-

¹Börne 1862, 246

litativer empirischer Sozialforschung erläutert. Um einen Überblick über das Umfeld der Forschungstätigkeit zu erlangen, wird im Abschnitt 3 die bestehende IST-Situation in Bezug auf die Soziokultur und das Vereinswesen dargelegt. Der Abschnitt 3.1 umfasst zum einen die Klärung des Begriffes Soziokultur, hauptsächlich in Bezug auf deren Bedeutung für die praktische Kulturarbeit. Zum anderen wird die Organisationsstruktur der Soziokultur im Freistaat Sachsen dargestellt. Im Abschnitt 3.2 werden der Verein allgemein, der Förderverein und die steuerrechtliche Form der Gemeinnützigkeit definiert. Abschließend wird in Abschnitt 4 die IST-Situation des Fördervereins Putjatinhaus e. V. bezüglich seiner Geschichte, seines Leitbilds und der Organisation des Vereins sowie des angeschlossenen Veranstaltungsbetriebs vorgestellt. Nachdem die Rahmenbedingungen erfasst sind, befasst sich Abschnitt 5 mit der internen Vereinsevaluation. Als Basis der Evaluation wird der Untersuchungsgegenstand, die Vereinsmitglieder des Putjatinhaus e. V., beschrieben. Danach folgt die Erläuterung der Zielsetzung und daraus resultierend eine Darstellung des Aufbaus der Evaluation. Es wird das qualitative Interview in Form einer telefonischen Befragung und die Datenerfassung und Datenauswertung dargestellt. Abschließend werden die Ergebnisse der Evaluation präsentiert. Die Auswertung dieser Ergebnisse bildet die Grundlage für die Entwicklung der Mitgliederkampagne,

welche in Abschnitt 6 beschrieben wird. Basierend darauf werden die Zielsetzung definiert und Merkmale für die Kampagne festgelegt. Hauptmerkmale sind dabei die Erweiterung der Mitgliedsarten und die Einführung eines Bonussystems im Verein. Es werden die Möglichkeiten zur Umsetzung der Kampagne in Bezug auf Werbemaßnahmen sowie deren Distribution und Kosten beleuchtet. Da im vorgegeben Forschungszeitraum von vier Monaten keine Umsetzung der Mitgliederkampagne möglich war, werden abschließend die zukünftigen Aussichten der entwickelten Kampagne erläutert.

2 Auftrag und Methode

Im Folgenden wird der Forschungsauftrag, welcher von dem Förderverein Putjatinhaus erteilt wurde, hinsichtlich seiner Beweggründe und Zielsetzung erläutert. Nachkommend wird die Methode zur Umsetzung der internen Vereinsevaluation beschrieben. Dabei werden die Gründe für die Wahl einer Methode der qualitativen Sozialforschung benannt.

2.1 Forschungsauftrag

Der Förderverein Putjatinhaus e. V. war bereits 2008 Gegenstand einer Evaluation, welche im Auftrag der Landeshauptstadt Dresden vom Landesverband Soziokultur Sachsen durchgeführt wurde. Sie thematisiert die Bedeutung, Entwicklung, Struktur und Förderpolitik der Soziokultur in Dresden. Diesbezüglich wurden die Stärken und Schwächen von sechs soziokulturellen Zentren in Dresden im Hinblick auf Organisation, Finanzierung, Leitbild und Programm ermittelt. Diese externe Evaluation bezog sich hauptsächlich auf das soziokulturelle Zentrum Putjatinhaus und nicht auf den Verein an sich.² Um einen genauen Überblick über das Putjatinhaus zu

² Vgl. Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.) 2008, o.S.

erlangen, ist es jedoch notwendig, auch den Verein, als Basis des soziokulturellen Zentrums, zu analysieren.

Hinzu kommt, dass die Geschäftsleitung und der Vereinsvorstand einen massiven Rückgang in der Aktivität der Vereinsmitglieder verzeichnet haben. Die Aktivitätsabnahme bezieht sich sowohl auf die Vereinstätigkeit als auch auf die Nutzung der Angebote des soziokulturellen Zentrums. Wie bereits in der Einleitung erwähnt, lebt jedoch ein Verein durch seine Mitglieder und deren Mitgestaltung sowie Mitbestimmung der Vereinstätigkeit. Das soziokulturelle Zentrum ist auf die Unterstützung der Vereinsmitglieder in Form von ehrenamtlicher Arbeit und Mitwirkung bei der Programmgestaltung angewiesen. Deshalb ist ein Teil des Forschungsauftrags, die Gründe für die Inaktivität der Mitglieder zu identifizieren.

Des Weiteren soll die Struktur der Mitglieder und die IST-Situation des Vereins aus Mitgliedersicht erfasst werden. Die Darstellung der Stärken und Schwächen soll verdeutlichen, womit die Mitglieder bereits zufrieden sind und welche Veränderungen sie sich bezüglich des Zentrums sowie des Vereins wünschen. Die interne Evaluation soll somit einen umfassenden Überblick über die Struktur, Aktivität und Bedürfnisse der Vereinsmitglieder liefern.

Diese Informationen bilden die Grundlage zur Erarbeitung einer Mitgliederkampagne. Durch diese Kam-

pagne sollen gezielt neue aktive Personen angesprochen werden, die die momentanen Mitglieder motivieren und neue kreative Ideen zur Vereinsgestaltung einbringen. Auch aus finanzieller Sicht werden neue Mitglieder benötigt, da durch die bevorstehenden Kürzungen im öffentlichen Bereich die Einrichtung stärker auf die Mitgliedsbeiträge angewiesen sein wird.

Zusammenfassend kann der Forschungsauftrag folgendermaßen formuliert werden: Die Entwicklung einer Mitgliederkampagne auf der Basis einer internen Vereinsevaluation.

2.2 Forschungsmethode

Für die Durchführung der internen Evaluation des Fördervereins Putjatinhaus wurde eine Methode der qualitativen Sozialforschung gewählt. Es handelt sich dabei um eine teilweise standardisierte Befragung, welche telefonisch durchgeführt wurde. Der Aufbau und die Umsetzung der Befragung werden in Abschnitt 5.3 und 5.4 beschrieben.

Im Folgenden werden die Gründe erläutert, warum für die Fallstudie des Fördervereins Putjatinhaus e. V. eine Form der qualitativen Evaluation gewählt wurde.

Die nachkommenden Aussagen stützen sich dabei auf die Thesen von Stefanie Winter.³

Wie bereits zu Beginn erwähnt, lebt ein Verein durch seine Mitglieder, denn deren Meinungen, Einstellungen und Bedürfnisse gestalten den Verein und bestimmen seine Tätigkeit. Deshalb ist es wichtig, deren Verhalten zu verstehen und deren Motivation nachvollziehen zu können. Diesbezüglich müssen die subjektiven Sichtweisen der Vereinsmitglieder erfasst werden, was nur durch eine qualitativ angelegte Forschung realisierbar ist. Qualitative Methoden bieten im Vergleich zu quantitativen Methoden eine viel größere Offenheit und Flexibilität. Deutlich wird dies bei der Gegenüberstellung einer qualitativen und einer quantitativen Befragung. Bei einer quantitativen Befragung werden allen Teilnehmern die gleichen standardisierten Antwortmöglichkeiten in gleicher Reihenfolge vorgegeben, aus denen sie eine gewisse Anzahl wählen können. Im Gegensatz dazu werden bei einer qualitativen Befragung keine oder kaum Antwortmöglichkeiten vorgegeben, und die Reihenfolge sowie Gestaltung der Fragen ist sehr flexibel. Der Teilnehmer hat somit kaum Vorgaben, an denen er sich orientieren kann, und wird so eher dazu motiviert, seine unverzerrte subjektive Sicht abzugeben. Des Weiteren kann der Teil-

³ Vgl. Winter 2000, URL: http://imihome.imi.uni-karlsruhe.de/nquantitative_vs_qualitative_methoden_b.html

nehmer den für ihn relevanten Gesprächsschwerpunkt selbst bestimmen, wodurch neue, bisher unbekannte Sachverhalte aufgedeckt werden können.

Die qualitative Befragung zeichnet sich durch eine hohe inhaltliche Validität und einen tiefen Informationsgehalt aus, jedoch können normalerweise keine repräsentativen und zahlenmäßigen Aussagen getroffen werden. Da die qualitative Evaluation sehr aufwendig ist, wird in der Praxis meist nur mit Teilnehmer-Stichproben gearbeitet. Wegen der relativ geringen Anzahl von 94 Vereinsmitgliedern konnten im Falle dieser Bachelorarbeit alle in die Befragung einbezogen werden. Aufgrund der überschaubaren Datenmenge wurde eine explikative Datenanalyse durchgeführt. Die gesammelten Informationen von offenen Fragen wurden interpretiert, gruppiert, codiert und schließlich, zur besseren Darstellung, zahlenmäßig ausgewertet.

Ein weiteres wichtiges Kriterium für die Wahl einer qualitativen Methode war das Durchschnittsalter der Vereinsmitglieder. Dieses wurde durch eine Analyse bereits vorhandener Daten ermittelt und liegt bei 66 Jahren. Die Erfahrung zeigt, dass Menschen mit hohem Alter Befragungen häufig kritisch gegenüberstehen, zum einen weil sie Angst vor Betrugern haben, zum anderen weil sie den standardisierten Befragungen häufig nicht folgen können. Bei der Durchführung der Umfrage bestätigte sich diese Annahme. Die Fragen mussten häufig

mehrfach erklärt werden und Antworten hinterfragt werden. Es kam oft vor, dass die älteren Teilnehmer das Telefonat nicht als Befragung ansahen sondern als Möglichkeit für ein längeres Gespräch. Sie antworteten nicht nur auf die Fragen sondern erzählten aus ihrem Leben und von ihren Familien. Der Gesprächsführer musste sie immer wieder zum Thema zurückführen oder die Befragung in das Gespräch einbauen. Deshalb war es wichtig, bei der Befragung der Vereinsmitglieder mit jedem Teilnehmer eine individuelle Gesprächsatmosphäre aufzubauen. Dies ist nur mit qualitativen Methoden möglich, da diese einen Raum für persönliche Interaktion mit Teilnehmer bieten.

Das entscheidende Kriterium für die Wahl der qualitativen Evaluation war der Fakt, dass sich diese Forschungsmethode an den Untersuchungsgegenstand anpasst und nicht umgekehrt. Nur auf diese Weise konnten die individuellen Gefühle und Bedürfnisse der Vereinsmitglieder erkannt werden.

3 Die IST-Situation

3.1 Soziokultur

Der Begriff Soziokultur hat seinen Ursprung in den 70er Jahren, als sich in den alten Bundesländern eine neue soziale Bewegung entwickelte. Es gründeten sich viele Initiativen, um ihre Vorstellung von einem freien und gerechten Gesellschaftsmodell, mit einer neuen Form von Arbeit und Leben, zu verwirklichen. Die Akteure der Bewegung setzten sich für mehr künstlerische sowie gesellschaftliche Selbstbetätigung, kulturelle Vielfalt und die Weitergabe von Wissen als auch Fähigkeiten ein. Damit schufen sie „einen Gegenentwurf zum bis dato dominierenden konsum- und unterhaltungsorientierten Verständnis von Kultur und Kunst.“⁴ Um ihre Ansätze zu etablieren, forderten sie sowohl von der Politik als auch von der Öffentlichkeit die „Akzeptanz und Gleichbehandlung der unterschiedlichsten kulturellen Ausdrucks- und Organisationsformen.“⁵ In der Politik wurde diesbezüglich nach Alternativen zu den bisherigen Prozessen gesucht. Die durch die Bewegung neu geschaffene Praxis bekam die Bezeichnung Soziokultur. Jedoch

⁴ Bundesvereinigung soziokultureller Zentren e. V. (Hrsg.) Abfrage am 16. Nov. 2010 (B), URL: <http://www.soziokultur.de/bsz/node/79>

⁵ ebd.

wurde die Bezeichnung nicht präzise definiert, so dass Soziokultur in den darauffolgenden Jahren zu einem Sammelbegriff für neue Ansätze in der Kulturpolitik und Kulturarbeit wurde. Um den Begriff dennoch abzugrenzen, wird zwischen den drei Verwendungszusammenhängen des Begriffs im Bereich Kultur, Kulturpolitik und Kulturpraxis unterschieden.⁶

Der Kulturbegriff Soziokultur beschreibt die Abgrenzung und Ergänzung von großen traditionellen Organisationsformen im Kulturbereich, wie Theater und Orchester. Er steht dafür, dass sich das Kulturverständnis nicht nur auf ästhetische Produktions- und Vermittlungsformen beziehen darf sondern Kultur als Medium oder Methode des gesellschaftlichen Prozesses gesehen werden muss.

In der Kulturpolitik steht der Begriff Soziokultur für die Zielsetzung, einen aktiven Einfluss auf die kulturellen Entwicklungsprozesse zu nehmen und die Gesellschaft durch Kultur zu demokratisieren.⁷

Der Begriff Soziokultur in der Kulturpraxis bezieht sich unmittelbar auf Einrichtungstypen und deren Projekte, folglich auf die praktische Kulturarbeit. Diese wurzelt vor allem in der Kultur-, Jugend- und Sozialarbeit, welche sich in soziokulturellen Einrichtungen

⁶ vgl. Klein 2009, 185

⁷ vgl. Klein 2009, 186

verräumlicht und institutionalisiert hat.⁸ Diese Einrichtungen sind selbstorganisiert und in den verschiedenen Arbeitsbereichen sowohl partizipations- und rezeptionsorientiert tätig. Sie wirken in mehreren künstlerischen Sparten und arbeiten dabei mit Professionellen als auch mit Laien zusammen. Die Angebote sind so gestaltet, dass sie von jedem genutzt werden können und keiner, zum Beispiel wegen mangelnder Finanzkraft, ausgeschlossen wird. Dank dieser in allen Bereichen verankerten Vielfältigkeit arbeiten die Einrichtungen immer dicht an den Bedürfnissen der Bevölkerung.⁹ In diesem Kontext kann man Soziokultur zusammenfassend als Kultur von Allen für Alle verstehen.

Diese Bachelorarbeit befasst sich mit der Soziokultur in der Kulturpraxis, da es sich bei dem Beispiel des Förderverein Putzatinhaus e. V. um eine soziokulturelle Einrichtung handelt.

3.1.1 Organisationsstruktur in Sachsen

Die Organisationsstruktur der Soziokultur ist bundesländerspezifisch verschieden. Der folgende Abschnitt bezieht sich lediglich auf die Organisation im Bundesland Sachsen, da sich in dessen Landeshauptstadt Dres-

⁸vgl. Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.) 2007, 5, URL: <http://www.soziokultur-sachsen.de/download.html>

⁹ebd., 7

den das Putzatinhaus befindet. Wie im vorangegangenen Abschnitt erwähnt, befasst sich diese Bachelorarbeit mit Soziokultur in der Kulturpraxis, also der Arbeit soziokultureller Einrichtungen. Der Dach- und Fachverband für soziokulturelle Einrichtungen im Freistaat Sachsen ist der Landesverband Soziokultur Sachsen e. V., welcher im Folgenden hinsichtlich seines Tätigkeitsbereiches beschrieben wird. Neben der Interessenvertretung durch den Landesverband sind die häufig gemeinnützig arbeitenden Einrichtungen von öffentlicher Förderung abhängig. Aus diesem Grund werden in Abschnitt 3.1.1.2 Quellen für Fördermittel genannt.

3.1.1.1 Landesverband Soziokultur Sachsen e. V.

Wie bereits zuvor erwähnt, ist der Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. der Dach- und Fachverband für soziokulturelle Einrichtungen im Freistaat Sachsen. Des Weiteren ist er landesweiter Träger der freien Jugendhilfe und der Interessengemeinschaft Landeskulturverbände Sachsen. Momentan gehören dem Verband 51 Vollmitglieder und vier assoziierte Mitglieder an.¹⁰ Vollmitglieder sind ausschließlich gemeinnützige Vereine, die im soziokulturellen, sozialen und ökologischen Bereich

¹⁰ vgl. Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.), Abfrage am 9. Oktober 2010 (C), URL: <http://www.soziokultur-sachsen.de/mitglieds-einrichtungen.html>

tätig sind, wie zum Beispiel der Förderverein Putzjathaus e. V. aus Dresden oder der Helmnot e. V. aus Lichtenstein. Im Gegensatz dazu sind assoziierte Mitglieder natürliche Personen oder Institutionen, die sich für die Förderung soziokultureller Interessen in Sachsen engagieren wollen.

Neben diesen Mitgliedsformen besteht die Möglichkeit einer Fördermitgliedschaft, um den Verband ideell und finanziell zu unterstützen.

Der Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. hat seinen Sitz in der Landeshauptstadt Dresden und arbeitet auf der Grundlage seiner Satzung. Danach ist ein Zweck des Vereins „die Förderung von Kunst und Kultur, insbesondere der Soziokultur“¹¹ Dies beinhaltet die Förderung der Vernetzung sowie Kooperation der soziokulturellen Initiativen im Freistaat Sachsen als auch bundesweit, die Etablierung von „Soziokultur als integralen Bestandteil der sächsischen Kulturlandschaft in dem Bewusstsein der Öffentlichkeit, der Bürgerinnen und Bürger sowie der administrativen und politischen Gremien.“¹²

Eine große Rolle in der Arbeit des Landesverbands Soziokultur Sachsen e. V. spielt die Unterstützung und Qualifizierung der Mitgliedseinrichtungen. Dazu gehört

¹¹ Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.) 1992, URL: <http://www.soziokultur-sachsen.de/satzung.html>

¹² Ebd.

die externe Interessenvertretung der Einrichtungen, zum einen durch die fachliche Mitarbeit in Entscheidungsgremien der Soziokulturförderung, zum anderen durch politische und bürgerschaftliche Lobbyarbeit, wie die aktive Unterstützung der landes- und bundesweiten Diskussion zu soziokulturellen Arbeitsinhalten und -methoden. Intern werden die Mitgliedseinrichtungen durch direkte Beratung und qualifizierte Weiterbildung der MitarbeiterInnen, zum Beispiel durch die Organisation von Fachtagungen unterstützt. Darüber hinaus ist der Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. Träger von Projekten oder Kooperationspartner für Projekte auf Landesebene.

3.1.1.2 Förderung

Ohne Förderungen wären Projekte in den soziokulturellen Zentren nur schwerlich umsetzbar, da die meist gemeinnützigen Einrichtungen die finanzielle Last nicht tragen können. Aus diesem Grund gibt es verschiedene öffentliche und private Institutionen oder Stiftungen, die den Vereinen die Möglichkeit bieten, Fördergelder zu beantragen. Der erste Schritt bei der Beantragung von Fördergeldern liegt in der Auswahl der passenden Institutionen, da jede ihre eigenen Voraussetzungen für eine Förderung definiert hat. Diese Voraussetzungen sind meist in den Förderrichtlinien oder der Satzung der jeweiligen Institution niedergeschrieben. Bedeutende Bei-

spiele für fördernde Institutionen in Sachsen sind der Fonds SozioKultur, die Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank, die Allianz Kulturstiftung und die Stiftung Kunst & Kultur der Ostsächsischen Sparkasse Dresden. Eine besonders wichtige Rolle spielt die Kulturstiftung des Freistaates Sachsen, welche im Folgenden kurz vorgestellt wird.

Die Kulturstiftung des Freistaates Sachsen fördert „im öffentlichen Auftrag Kunst und Kultur in Sachsen¹³“. Unter diesen Auftrag fällt die sachsenweite Beratung kultureller Einrichtungen sowie die Beratung der Sächsischen Staatsregierung und des Sächsischen Landtags. Zum einen fördert die Kulturstiftung künstlerische Aktivitäten in den Bereichen bildende und darstellende Kunst, Musik, Literatur, Film, Soziokultur sowie spartenübergreifende Projekte. Zum anderen werden eigene Programme und Maßnahmen zum kulturellen Austausch organisiert. Die Kulturstiftung mit Sitz in Dresden ist eine rechtsfähige Stiftung des öffentlichen Rechts und verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke. Ziel der Stiftung ist es, die Entwicklung von neuen künstlerischen Ausdrucksformen und die Förderung des künstlerischen Nachwuchses voranzutreiben. Durch eine nachhaltige Vermittlung von Kunst und Kul-

¹³ Kulturstiftung des Freistaats Sachsen (Hrsg.): Abfrage am 09. Oktober 2010, URL: <http://www.kdfs.de/foerderung/foerderrichtlinie/>

tur soll das kulturelle Erbe gepflegt und erhalten bleiben. Wichtig ist für die Kulturstiftung die grenzüberschreitende kulturelle Zusammenarbeit, weshalb meist überregionale Projekte gefördert werden.

3.2 Der eingetragene Verein

Die Gesellschaftsform von 96 % der Einrichtungen im Landesverband Soziokultur ist der eingetragene Verein (e. V.). Ein Verein ist ein Zusammenschluss mehrerer Personen, welche ein gemeinsames Ziel verfolgen. Unabhängig vom Wechsel seiner Mitglieder wird ein Verein auf Dauer angelegt. Er wird unter einem eigenen Namen durch einen Vorstand nach außen vertreten. Es wird zwischen dem nicht rechtsfähigen und dem eingetragenen Verein unterschieden. Der eingetragene Verein grenzt sich durch seine Eintragung ins Vereinsregister und somit durch seine Rechtsfähigkeit ab. Durch eine Eintragung ins Vereinsregister müssen bei Verbindlichkeiten die Mitglieder nicht mit ihrem Privatvermögen haften sondern der Verein mit seinem Vereinsmögen. Weitere Vorteile des eingetragenen Vereins sind die Nutzung des Grundbuchverkehrs, die Erbfähigkeit und die Möglichkeit, in einem Verfahren als Kläger aufzutreten. Meist handelt es sich bei einem eingetragenen Verein um einen sogenannten Idealverein, welcher primär nicht wirtschaftliche sondern ideelle Ziele verfolgt. So geht zum Beispiel der Förderverein Putzjatinhaus e. V. ge-

meinnützigen Zielen nach, wie der „Förderung von Kreativität und Eigeninitiative durch künstlerische Betätigung und Freizeitgestaltung für alle Altersgruppen“.¹⁴

3.2.1 Förderverein

Als Förderverein wird der Verein bezeichnet, dessen Hauptzweck das Sammeln von Mitteln für die Erfüllung der steuerbegünstigten Zwecke einer anderen Körperschaft ist.¹⁵

Allgemeines Ziel des Fördervereins Putjatinhaus e. V. „ist die Neugestaltung und Förderung der auf langer Tradition beruhenden Kultur- und Sozialarbeit im Putjatinhaus¹⁶“. Der Verein sammelt somit Mittel, um die Arbeit des soziokulturellen Zentrums Putjatinhaus zu ermöglichen.

3.2.2 Gemeinnützigkeit

Der Status der Gemeinnützigkeit bringt viele Vorteile bezüglich der Finanzplanung mit sich. Durch Anerkennung der steuerbegünstigten Körperschaft bestehen bei

¹⁴ Förderverein Putjatinhaus e. V. (Hrsg.) 1997, §2 Absatz 2, <http://www.putjatinhaus.de/wp-content/uploads/2009/10/satzung-des-fordervereins-pujatinhaus.pdf>

¹⁵ Sächsisches Staatsministerium der Finanzen (Hrsg.) 2009, 19

¹⁶ Förderverein Putjatinhaus e. V. (Hrsg.): 1997, §2 Absatz 2, <http://www.putjatinhaus.de/wp-content/uploads/2009/10/satzung-des-fordervereins-pujatinhaus.pdf>

fast allen Steuerarten Vergünstigungen, wie zum Beispiel die Steuerfreiheit der Zweckbetriebe bei der Körperschafts- und Gewerbesteuer. Unter bestimmten Bedingungen ist ein gemeinnütziger Verein berechtigt, Spenden zu empfangen, welche bei dem Spender steuerlich abziehbar sind.¹⁷ Des Weiteren ist die Gemeinnützigkeit häufig Voraussetzung für den Bezug von öffentlichen Fördermitteln. Vom Finanzamt werden Vereine als gemeinnützig anerkannt, wenn sie „nach ihrer Satzung und tatsächlichen Geschäftsführung ausschließlich, unmittelbar und selbstlos gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke fördern“¹⁸. In der Satzung des gemeinnützigen Fördervereins Putjatinhaus e. V. ist dies in §2 Abs.1 folgendermaßen formuliert: „Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts „Steuerbegünstigte Zwecke“ der Abgabenordnung 1977 (§§ 51 ff. AO) in der jeweils gültigen Fassung.“¹⁹ Unter gemeinnützigen Zwecken wird die selbstlose Förderung der Allgemeinheit auf materiellem, geistigem oder sittlichem Gebiet verstanden.²⁰ Die Förderung der Allgemeinheit beinhaltet, dass der Kreis

¹⁷ Sächsisches Staatsministerium der Finanzen (Hrsg.) 2009, 6

¹⁸ Sächsisches Staatsministerium der Finanzen (Hrsg.) 2009, 6

¹⁹ Förderverein Putjatinhaus e. V. (Hrsg.) 1997, §2 Abs.1, URL: <http://www.putjatinhaus.de/wp-content/uploads/2009/10/satzung-des-fordervereins-pujatinhaus.pdf>

²⁰ Sächsisches Staatsministerium der Finanzen (Hrsg.) 2009, 6

der geförderten Personen nicht fest abgeschlossen beziehungsweise begrenzt ist. Dies wäre zum Beispiel der Fall, wenn die Mitgliedsbeträge so hoch sind, dass nur wohlhabende Personen diese aufbringen können und dadurch ein Teil der Allgemeinheit ausgegrenzt wäre.²¹ Die Verfolgung der gemeinnützigen Zwecke muss selbstlos, ausschließlich und unmittelbar erfolgen. Mit Selbstlosigkeit ist gemeint, dass der Verein in erster Linie nicht eigenwirtschaftliche sondern Zwecke des Vereins selbst oder seiner Mitglieder fördert. Ausschließlichkeit umfasst, dass der Verein nur die in seiner Satzung festgehaltenen gemeinnützigen Zwecke verfolgt und diese nicht anderen Vereinszielen untergeordnet sind.²² Die Unmittelbarkeit besagt, dass der Verein seine Ziele selbst sowie im eigenen Namen verfolgt und nicht nur andere Vereine oder Institutionen unterstützt.²³ Alle Regelungen bezüglich der Gemeinnützigkeit sind in der Abgabenordnung §§51 bis 68 geregelt.

²¹ ebd., 8 f.

²² ebd., 17

²³ ebd., 18

4 Soziokulturelles Zentrum und Förderverein Putjatinhaus e. V.

Im folgenden Abschnitt wird der Förderverein Putjatinhaus e. V. sowie das dazugehörige soziokulturelle Zentrum charakterisiert. An erster Stelle steht dabei die Darstellung der Organisationsstruktur und der verschiedenen Verantwortungsbereiche. Danach wird das Leitbild des Vereins und die sich daraus ergebende Programmstruktur des soziokulturellen Zentrums präsentiert. Abschließend folgt ein Rückblick auf die Geschichte des Hauses und die Entstehung des Vereins.

4.1 Organisationsstruktur

Nachfolgend wird die Organisation des Vereins sowie des soziokulturellen Zentrums, beziehungsweise deren Zusammenarbeit dargestellt. Es wird dabei auf die verschiedenen Aufgabenfelder und Verantwortungsbereiche eingegangen. Abschließend wird dokumentiert, wie der Verein sich und den Betrieb des soziokulturellen Zentrums finanziert und wer seine Geldgeber sind.

Alle drei Teilbereiche der Organisationsstruktur befassen sich nur mit den wichtigsten Fakten, die für das Verständnis dieser Arbeit notwendig sind.

4.1.1 Der Förderverein Putjatinhaus e. V.

Der Förderverein Putjatinhaus e. V. besteht aus zwei Organen. Eines davon ist die Mitgliederversammlung, welche sich aus den momentan 94 Vereinsmitgliedern zusammensetzt. Das zweite ist der Vorstand, welcher aktuell aus vier Mitgliedern und der Vorstandsvorsitzenden, Frau Angela Köckeritz, besteht. Im Folgenden werden die beiden Organe mit ihren wichtigsten Funktionen kurz vorgestellt.

4.1.1.1 Die Mitgliederversammlung

An der ordentlichen Mitgliederversammlung, welche einmal jährlich stattfindet, können alle Mitglieder des Vereins teilnehmen. Aber auch wenn nicht alle Mitglieder teilnehmen können, ist die Mitgliederversammlung, wenn sie satzungsgemäß einberufen wurde, beschlussfähig. Die Vereinsmitglieder haben Entscheidungsmacht über die Aufgabe sowie den Zweck des Vereins und können auch die Satzung ändern. Des Weiteren wird in der Mitgliederversammlung der Vorstand als auch der Rechnungsprüfer gewählt und der Jahresbeitrag festgelegt. Die Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefasst, wobei jedes Vereinsmitglied eine Stimme hat. Außerdem wird auf der Mitgliederversammlung der Tätigkeitsbericht über das abgelaufene Geschäftsjahr und der Bericht des Schatzmeisters über die Jahresabrechnung

vorgestellt. Geleitet wird die Mitgliederversammlung vom Vorsitzenden des Vereins oder seinem Stellvertreter.

4.1.1.2 Der Vorstand

Der Vorstand besteht aus einem Vorsitzenden, einem Stellvertreter und mindestens einer, beziehungsweise maximal drei gleichberechtigten Person/en. Der Vorstand wird in der Mitgliederversammlung auf zwei Jahre gewählt. Seine Aufgabe ist es, die Beschlüsse der Mitgliederversammlung auszuführen und das Vereinsvermögen zu verwalten. Bezüglich letzterem muss er für eine ordnungsgemäße Buchführung sorgen und kontrollieren, dass Fördermittel sowie Spenden nur satzungsgemäß verwendet werden. Ferner obliegt dem Vorstand die Geschäftsführung des soziokulturellen Zentrums Putjatinhaus. Er kann einen Geschäftsführer ernennen und diesem Aufgaben zur Erfüllung des Vereinszweckes, wie zum Beispiel die Erstellung eines Haushaltsplanes, übertragen. Zum Abschluss oder der Kündigung von Verträgen ist jedoch immer die Unterschrift von zwei Vorstandsmitgliedern nötig.

4.1.2 Das soziokulturelle Zentrum Putjatinhaus

Der im vorausgegangenen Abschnitt 4.1.1 beschriebene Verein ist der Träger des soziokulturellen Zentrums. In den Aufgabenbereich des Zentrums fallen die Planung, Durchführung sowie Nachbearbeitung der Veranstaltungen und die Organisation der Kurse. Darüber hinaus ist es für die Presse- und Lobbyarbeit, Gestaltung der Website und die Steuerung verschiedenster Vereinsangelegenheiten zuständig.

In der Einrichtung sind drei Mitarbeiterinnen fest angestellt. Die Geschäftsführerin Anne Pallas befindet sich derzeit im Mutterschaftsurlaub und wird durch Anna Lobisch vertreten. Sie ist für alle anfallenden Aufgaben in jedem Geschäftsbereich zuständig. In ihren 36 bezahlten Wochenstunden agiert sie als Ansprechpartner für die Mitarbeiter, welche oft Hilfe bei der Erledigung ihrer Aufgaben benötigen. Für den Bereich Finanzen ist eine Mitarbeiterin mit 24 Wochenstunden angestellt. Sie ist unter anderem für die Verwaltung der Mitgliedsbeiträge sowie Kurs- und Veranstaltungseinnahmen beziehungsweise Ausgaben zuständig. Eine ebenfalls für 24 Wochenstunden eingestellte Mitarbeiterin kümmert sich um den Bereich Marketing und Vermietung. Zusätzlich betreut sie den Kindermalkurs im Putjatinhaus. Neben diesen drei Festangestellten gibt es eine Mitarbeiterin, die ihr freiwilliges soziales Jahr (FSJ) im Bereich Kul-

tur ableistet. Sie unterstützt die Mitarbeiter im täglichen Geschäftsbetrieb und arbeitet ein eigenes Veranstaltungskonzept aus. Der jeweilige Aufgabenbereich der Mitarbeiterinnen überschneidet sich permanent mit dem täglichen Geschäftsbetrieb. Dadurch können die eigentlichen Aufgaben kaum in der regulären Arbeitszeit erfüllt werden. Hilfe bekommen die Mitarbeiterinnen von drei regelmäßigen und circa 20 unregelmäßigen ehrenamtlichen Mitarbeitern/innen. Damit übersteigt die Zahl der ehrenamtlichen Mitarbeiter/innen die der Festangestellten. Um dies etwas auszugleichen und die Geschäftsführerin zu entlasten, soll in naher Zukunft eine Stelle im Bereich Projektmanagement geschaffen werden.

4.1.3 Finanzierung

Das Putjatinhaus erhält von der Landeshauptstadt Dresden eine institutionelle Förderung. Von dieser werden die Gehälter und die Betriebskosten für das Haus gedeckt. Zusätzlich werden finanzielle Mittel für die Umsetzung der Vereinsangebote benötigt. Diese werden durch Spenden oder durch eigene Einnahmequellen finanziert.

Eigene Einnahmen werden durch die Mitgliedsbeiträge, die Eintrittsgelder für Veranstaltungs- sowie Kursangebote und die Vermietung des Hauses erwirtschaftet. Diese Gelder sind jedoch kein Gewinn sondern werden zur Kostendeckung verwendet. So können Veranstaltun-

gen, bei denen ein Überschuss erzielt wurde, die Kosten von verlustreichen Veranstaltungen wieder ausbalancieren. Dieses Gleichgewicht ist wichtig, da das Putjatinhaus gemäß seiner Satzung auch Produktionen für Minderheiten anbietet. Diese Veranstaltungen haben häufig eine sehr geringe Rentabilität dafür aber einen hohen gesellschaftlichen Nutzen. Um größere Veranstaltungsreihen umsetzen zu können, bewirbt sich das Putjatinhaus regelmäßig um projektbezogene Förderungen bei verschiedenen Stiftungen (Beispiele siehe Abschnitt 3.1.1.2).

4.2 Leitbild und Programmausrichtung

Das Leitbild und die Programmausrichtung werden im Folgenden anhand von Zitaten aus der Satzung des Fördervereins Putjatinhaus e. V. erläutert. Um die Umsetzung der Satzungsziele zu verdeutlichen, werden einige Beispiele aus der Praxis genannt. 2011 feiert das Putjatinhaus sein 50 jähriges Bestehen als Stadtteil-/ Kulturhaus. Dabei ist die Programmausrichtung und das Leitbild seit jeher auf die Ziele des Fördervereins Putjatinhaus e. V. abgestimmt, welche in der Vereinssatzung folgendermaßen festgehalten sind: „Allgemeines Ziel des Fördervereins Putjatinhaus ist die Neugestaltung und Förderung der auf langer Tradition beruhenden Kultur- und Sozialarbeit im Putjatinhaus. Es soll ein Beitrag zur kulturellen Arbeit der Kinder, Jugendlichen, Erwachse-

nen und Senioren geleistet werden. Der Verein arbeitet damit entsprechend dem Vermächtnis des Fürsten Putjatin im Interesse der ortsansässigen Bevölkerung.²⁴ Diese Zielstellung wird durch das vielfältige und generations- sowie themenübergreifende Angebot verwirklicht. Mit über 40 Kursangeboten pro Woche sowie zusätzlichen Workshops werden Kreativität sowie Eigeninitiative gefördert. Das Putjatinhaus hat ein abwechslungsreiches Monatsprogramm, das von Dia-Vorträgen, Lesungen, Ausstellungen und Diskussionsrunden bis zu Filmvorführungen, Theatervorstellungen und Konzertabenden reicht. Gestaltet wird das Programm dabei nicht nur von der Hausleitung, sondern auch von den Menschen in Kleinschachwitz und Umgebung. Das Putjatinhaus bietet Bürgern, Vereinen und Selbsthilfegruppen einen Raum, um sich oder die eigene Arbeit zu präsentieren. Nicht nur regionale sondern auch internationale Vereine nutzen diese Chance, wodurch die Toleranz für fremde Kulturen, im Sinne des russischen Fürsten Putjatin, gefördert wird. Das Putjatinhaus macht als soziokulturelles Zentrum Kultur von allen für alle und verpflichtet sich dadurch auch der „sozialen Betreuung bestimmter Gruppen, wie z. B. Jugendliche, Senioren, Arbeitslose,

²⁴ Förderverein Putjatinhaus e. V. (Hrsg.) 1997, §2, URL: <http://www.putjatinhaus.de/wp-content/uploads/2009/10/satzung-des-fordervereins-pujatinhaus.pdf>

Alleinerziehende oder Behinderte²⁵“. Es gibt individuelle Angebote für alle Altersgruppen, wie zum Beispiel Ferienprogramme speziell für Kinder. Auch die Preise werden an die Bedürfnisse der Nutzer angepasst; so erhalten zum Beispiel Dresden-Pass-Inhaber (Einwohnerinnen und Einwohner der Landeshauptstadt Dresden mit geringem/keinem Einkommen) Ermäßigungen. Wichtig ist auch, dass „die Kommunikation der einzelnen Altersklassen miteinander und untereinander, mit dem Ziel toleranten Umgang mit dem Nächsten zu pflegen²⁶“ gefördert wird. Diese generationsübergreifende Kommunikation kommt vor allem bei den alljährlich stattfindenden kunterbunten Festen, wie zum Beispiel dem „JuniMond“ zustande. Durch die vielschichtige Arbeit des Putjatinhauses und des Vereins wird das selbstgewählte Motto „Wir denken bunt“ in allen Bereichen umgesetzt.

4.3 Geschichte

Dieser Abschnitt dient als weiterführende Information und ist für die Problematik dieser Bachelorarbeit nicht von primärer Bedeutung. Aus diesem Grund besteht bei den angeben Fakten auch kein Anspruch auf Vollstän-

²⁵ Förderverein Putjatinhaus e. V. (Hrsg.): 1997, § 2, URL: <http://www.putjatinhaus.de/wp-content/uploads/2009/10/satzung-des-fordervereins-pujatinhaus.pdf>

²⁶ ebd.

digkeit. Die Informationen beziehen sich auf vom Putjatinhaus gemachten Angaben zur Geschichte.²⁷

Die Geschichte des Putjatinhauses beginnt am 10.09.1823 im Dresdner Stadtteil Kleinzschachwitz. An diesem Tag wurde das Gebäude als erste Schule für die Kinder von Kleinzschachwitz und Umgebung durch Fürst Nikolaus Abramowitsch Putjatin (*16. Mai 1749 - +13.01.1830) eingeweiht. Gemäß seinem Lebensmotto „Der Mensch soll auf dieser Erde durch gute Taten Spuren hinterlassen.“ hatte der russische Fürst die Dorfschule nach seinen eigenen Entwürfen bauen lassen. Fast 50 Jahre lang wurden im Erdgeschoss des Gebäudes täglich bis zu einhundert Kinder unterrichtet. Als die Räumlichkeiten der Schule nicht mehr ausreichten, wurde 1874 eine neue Schule erbaut und die alte Dorfschule an den Sohn eines ehemaligen Lehrers namens Locke verkauft. Dieser nutzte das Gebäude als Wohnhaus und errichtete zusätzlich ein Nebengebäude für seine Tischlerei. 1913 wurde das gesamte Anwesen von der Gemeinde Kleinzschachwitz zurückgekauft und restauriert, um es für gemeinnützige Zwecke zu nutzen. Leider konnte dieses Vorhaben infolge der beiden Weltkriege nicht umgesetzt werden und das Putjatinhaus blieb vor-

²⁷ Vgl. Förderverein und soziokulturelles Zentrum Putjatinhaus e. V. (Hrsg.), URL: <http://www.putjatinhaus.de/das-haus/geschichte/>, Abfrage am 7. November 2010

erst ein Wohnhaus. Als ab 1957 das dazugehörige Werkstattgebäude von der Kleinzschachwitzer Jugend als Treffpunkt hergerichtet wurde, begannen die Kleinzschachwitzer Anwohner damit, auch das Putjatinhaus für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Im Januar 1961 wurde es als ehrenamtlich geführtes Kulturzentrum eröffnet. Ab 1983 wurde die Betreuung von der Stadt übernommen. Nachdem das Gebäude Ende 1991 aufgrund von baulichen Maßnahmen geschlossen werden musste, gab die Landeshauptstadt Dresden eine Rekonstruktion der denkmalgeschützten Fassade sowie die Neugestaltung der Räumlichkeiten in Auftrag. Grund dafür war, dass sich einige Anwohner für den Erhalt des Hauses zu einem Förderverein zusammengeschlossen hatten, um das Putjatinhaus als soziokulturelles Zentrum zu mieten und zu betreiben. Seit der Wiedereröffnung 1994 bis zum heutigen Tag hat sich das Putjatinhaus zu einem funktionierenden Stadtteilhaus und somit zu einer Begegnungsstätte für Jung und Alt entwickelt. Obwohl das Putjatinhaus bereits vor mehr als 150 Jahren von dem russischen Fürsten Nikolaus Abramowitsch Putjatin erbaut wurde, kann man sein Lebensmotto noch immer in dem Leitbild und der Programmausrichtung des Soziokulturellen Zentrums und Fördervereins Putjatinhaus e. V. wiederfinden.



Abbildung 2 Putjatinhaus
Quelle: Förderverein und soziokulturelles Zentrum Putjatinhaus e. V. (Hrsg.), URL: <http://www.putjatinhaus.de/das-haus/geschichte/>, Abfrage am 7. November 2010



Abbildung 1 Fürst Putjatin
Quelle: Förderverein und soziokulturelles Zentrum Putjatinhaus e. V. (Hrsg.), URL: <http://www.putjatinhaus.de/das-haus/geschichte/>, Abfrage am 7. November 2010

5 Die Evaluation des Putjatinhaus e. V.

Der folgende Abschnitt befasst sich mit der Evaluation des Fördervereins Putjatinhaus e. V. als Basis für die Entwicklung einer Mitgliederkampagne. Zu Beginn der Evaluation werden der Untersuchungsgegenstand und die Zielsetzung definiert. Darauf basierend ergibt sich der Aufbau der Evaluation in Bezug auf die zu beachtenden Kriterien, die Art und Weise der Durchführung und Auswertung. Abschließend werden die Ergebnisse präsentiert und analysiert.

5.1 Der Untersuchungsgegenstand

Im Zuge dieser Bachelorarbeit wurde eine interne Vereinsevaluation durchgeführt. Gegenstand dieser waren die 94 Mitglieder des Fördervereins Putjatinhaus e. V., welche in einer Excel-Tabelle erfasst sind. Diese Tabelle umfasst zum einen die Kontaktdaten der Mitglieder, wie Anrede, Titel, Vor- und Nachnamen, Adresse, Telefonnummer und E-Mailadresse. Zum anderen enthält sie weiterführende Informationen, wie Geburtsdatum, Berufsfeld, den jährlichen Beitrag und das Eintrittsjahr in den Verein. Dank dieser bereits vorhandenen Informationen konnte der Untersuchungsgegenstand schon vor der eigentlichen Evaluation genauer charakterisiert werden. Eine Aufbereitung und Auswertung der vorhande-

nen Daten führte zu folgendem Ergebnis bezüglich der Vereinsmitglieder.

5.1.1 Geschlecht/ Alter

Der Frauenanteil im Verein überwiegt mit 72 %. Die restlichen 28 % entsprechen den 26 männlichen Vereinsmitgliedern. Der Verein hat kein einziges Mitglied in der Altersgruppe von 0 bis 30 Jahren; das jüngste Vereinsmitglied ist 34 Jahre. Auch in der Altersgruppe von 31 bis 59 Jahren befinden sich nur 19 Personen. Somit gehören 71 % der Vereinsmitglieder der Altersgruppe über 60 Jahren an. Das älteste Vereinsmitglied ist bereits 99 Jahre. Daraus ergibt sich ein Durchschnittsalter der Vereinsmitglieder von 66 Jahren.

5.1.2 Mitgliedsdauer

39 % der Vereinsmitglieder sind schon seit über zehn Jahren im Verein, was durchaus als Vertrauensbeweis gewertet werden kann. 25 Personen sind sogar schon seit 17 Jahren im Förderverein Putjatinhaus e. V. Die Anzahl der neueren Mitglieder, die bis zu 5 Jahre im Verein sind, beläuft sich auf 22 Personen. Lediglich 4 Personen sind erst seit letztem oder diesem Jahr als Mitglied eingetragen.

5.1.3 Tätigkeit/ Arbeitsfelder

Trotz des hohen Altersdurchschnitts im Verein sind 52 der Vereinsmitglieder noch berufstätig. Eine Häufung der Berufe findet sich im technischen (12 Vereinsmitglieder), medizinischen (10 Vereinsmitglieder), wirtschaftlichen (9 Vereinsmitglieder) und pädagogischen (8 Vereinsmitglieder) Bereich. 42 % der Vereinsmitglieder sind bereits in Rente gegangen und lediglich 2 % sind arbeitslos.

5.1.4 Verteilung der Beitragszahlungen

Mehr als ein $\frac{3}{4}$ der Vereinsmitglieder zahlt den vergünstigten Beitragssatz von 30,00 € im Jahr. Ein Grund dafür sind der hohe Anteil der Rentner im Verein und die Anschlussmitgliedschaften. Im Verein gibt es zwei Ehrenmitglieder, die keine Beitragszahlungen leisten müssen. Lediglich 20 Personen zahlen den vollen Beitragssatz von 50,00 €. Hinzu kommen die individuell vereinbarten Beitragszahlungen der acht Fördermitglieder, von denen sechs auch Vereinsmitglieder sind, in Höhe von insgesamt 960,00 € jährlich. Somit erhält der Förderverein Putjatinhaus e. V. im Jahr 4.170,00 € an Beitragszahlungen.

5.1.5 geographische Ansiedlung

Die Vereinsmitglieder kommen zu 78 % aus dem Postleitzahlgebiet 01259. Dieses umfasst die Dresdner Stadtteile Groß-/ Kleinschachwitz, Laubegast, Leuben, Lockwitz und Niedersedlitz. Auch der Sitz des Fördervereins Putjatinhaus e. V. befindet sich in diesem Postleitzahlgebiet, so dass die Vereinsmitglieder hauptsächlich aus der näheren Umgebung kommen. Nur 15 Vereinsmitglieder kommen aus anderen Dresdner Stadtteilen, die Verteilung ist in Tabelle 1 dargestellt. Auch deutschlandweit hat der Verein Mitglieder (siehe Tabelle 2), dabei handelt es sich meist um Freunde des Hauses oder ehemalige Ansässige.

PLZ DD	Anzahl
01324	2
01259	73
01237	1
01187	1
01279	3
01307	2
01277	2
01257	4

Tabelle 1 Postleitzahlgebiete in Dresden

PLZ Deutschland
Hannover / 30449
Bischheim-Häsllich / 01920
Kitzingen / 97318
Burkhardswalde / 01809
Duisburg / 47269
Pirna / 01796

Tabelle 2 Postleitzahlgebiete deutschlandweit

5.2 Zielsetzung

Durch die Evaluation sollen die bereits vorhandenen Daten über die Vereinsmitglieder erweitert werden, um diese für den Aufbau einer Mitgliederkampagne zu nutzen. Zum einen soll das Putjatinhaus in Bezug auf den Veranstaltungsbetrieb von den Vereinsmitgliedern bewertet werden. Diese Bewertung soll Aufschluss darüber geben, welche und wie oft Angebote von den Vereinsmitgliedern genutzt werden. Des Weiteren soll ermittelt werden, wie zufrieden die Vereinsmitglieder mit dem Angebot sind und welche Veränderungen sie sich wünschen. Zum anderen soll eine Bewertung des Vereins Putjatinhaus e. V. erfolgen, welche sich auf die Tätigkeiten im Verein und den Vereinsbeitrag bezieht. Zusätzlich soll die Beteiligung der Mitglieder an der Vereinsarbeit ermittelt werden, um das Arbeitspotenzial für kommende Projekte besser planen zu können. Die Daten der Evaluation geben Aufschluss über die IST-Situation der Mitglieder und die Stärken als auch Schwächen des Vereins. Diese Fakten begründen die Entscheidung zur Entwicklung einer Mitgliederkampagne für den Förderverein Putjatinhaus e. V. und bilden gleichzeitig die Informationsgrundlage für dieses Vorhaben.

5.3 Aufbau

Der folgende Abschnitt befasst sich mit dem Aufbau der Evaluation und gibt Aufschluss über die zu beachtenden Merkmale sowie die Formen der Fragestellung und Antwortmöglichkeiten.

Als Erhebungsverfahren wurde die qualitative mündliche Befragung per Telefon gewählt, da sie sich am besten für die vorliegende Thematik eignet. Dieses Erhebungsverfahren bietet zum einen Sicherheit über die Erledigung der Befragung, zum anderen sind die Ergebnisse sofort verfügbar. Des Weiteren ist diese Form der Befragung optimal an die Voraussetzungen, welche durch den hohen Altersdurchschnitt der Vereinsmitglieder gegeben sind, angepasst. Beim Telefoninterview findet eine direkte Kommunikation zwischen dem Interviewer und dem Teilnehmer statt. Zum einen können sich die Teilnehmer Fragen oder Antwortmöglichkeiten genauer vom Interviewer erklären lassen. Zum anderen schafft ein persönliches Gespräch mehr Vertrauen und die Teilnehmer werden motiviert, sich detailliert zu artikulieren.

Zu Beginn der Befragung steht die Begrüßung, der zu befragenden Person, und die Vorstellung des Interviewers sowie dessen Auftraggebers. Danach folgt eine kurze Einführung in die Thematik, welche den Befragungsgrund, die Befragungsdauer und den Verwen-

dungszweck erläutert. Abschließend folgt die Frage, ob die Person an der Umfrage teilnehmen möchte.

Hier ein Beispiel für den Beginn einer Befragung bezüglich der vorliegenden Thematik: „Guten Tag Herr/Frau X, mein Name ist Theodora Neumann und ich rufe im Auftrag des Fördervereins Putjatinhaus e. V. an. Wir führen momentan eine Umfrage unter allen Vereinsmitgliedern zur Entwicklung einer Mitgliederkampagne durch. Die Befragung dauert ungefähr fünf Minuten und Ihre Daten werden anonym behandelt. Hätten Sie Interesse, an unserer Umfrage teilzunehmen?“

Hat die Person Interesse aber momentan keine Zeit für die Befragung, wird ein neuer Termin mit genauem Datum und Uhrzeit vereinbart. Willigt die Person direkt in die Umfrage ein, werden die Fragen gestellt.

Bei der Formulierung der Fragen wurde darauf geachtet, dass sie dem Bildungsniveau der Befragten angepasst ist. Da es sich bei den Befragten um Personen mit sehr unterschiedlichem Bildungsstand handelt, wurden die Fragen und Antworten so einfach, kurz und verständlich wie möglich verfasst. Es wurden keine Fachbegriffe verwendet oder Formulierungen gewählt, die verschiedene Interpretationsmöglichkeiten zulassen. Bei jeder Frage wurde als Antwortmöglichkeit auch die Residualkategorie „Keine Angabe“ angegeben. Dadurch waren die Teilnehmer nicht gezwungen, eine Antwort zu geben. Die Befragung wurde durch verschiedene Frage-

formen und Möglichkeiten zum eigenen Erzählen abwechslungsreich und locker gestaltet. Der Aufbau der Fragestellung und der Antwortmöglichkeiten wird im Abschnitt 5.3.1 gesondert dargestellt.

Nachdem alle Punkte der Befragung abgearbeitet sind, folgt eine freundliche Danksagung und Verabschiedung.

5.3.1 Fragestellung/ Antwortmöglichkeiten

Der vollständige Fragebogen ist als Anlage A der Bachelorarbeit beigelegt. Im Folgenden werden die einzelnen Fragen erläutert.

Zu Beginn der Erhebung wurden die Teilnehmer gefragt, warum sie Mitglied im Förderverein Putjatinhaus sind. Es wurde dabei die Form einer offenen Frage gewählt, so dass den Teilnehmern keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben waren. Diese Frageform wurde gewählt, da es unbegrenzt viele Antwortmöglichkeiten auf die Frage gibt und diese nicht als standardisierte Antwortmöglichkeiten erfassbar gewesen wären. Des Weiteren sollte diese Frage die Teilnehmer in die Thematik einführen und leicht zu beantworten sein.

Die vier folgenden Fragen beziehen sich nur auf das soziokulturelle Zentrum Putjatinhaus nicht auf den Verein. Frage Nummer zwei und drei zielen dabei auf die Nutzung des Angebots ab und wurden als geschlossene Frage, mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, formuliert.

liert, um eine bessere Vergleichbarkeit in der Auswertung zu erlangen. Bei der Frage, welche Angebote genutzt werden, war eine Mehrfachantwort möglich. Hingegen schließt sich bei der Frage nach der Häufigkeit der Nutzung diese Form der Antwortmöglichkeit von selbst aus. Aufgrund dessen, dass bei den Bewertungsfragen vier, was den Vereinsmitgliedern am Putjatinhaus gefällt, und fünf, was ihnen nicht gefällt, das Spektrum der Antwortmöglichkeiten nicht abgedeckt werden konnte, wurde, wie bei Frage eins, eine offene Frage gewählt.

Die folgenden Fragen sechs bis neun beziehen sich nun nur auf den Verein. Bei der geschlossenen Bewertungsfrage sechs konnten die Teilnehmer den Verein auf einer Skala von eins (sehr gut) bis sechs (sehr schlecht) allgemein benoten. Diese Benotung konnte dann in Frage sieben, was verbessert werden muss, genauer erläutert werden. Dazu wurde eine Mischform aus geschlossener und offener Frage gewählt. So haben die Teilnehmer zum einen die Chance, aus vorgegebenen Antwortmöglichkeiten zu wählen, zum anderen können sie diese Antworten bei Bedarf konkretisieren oder erweitern. Eine Konkretisierung ist bei der Antwortmöglichkeit bezüglich der Vorteile nötig, um zu erfahren, welche Art von Vorteilen gewünscht ist. Frage acht erfragt, ob die Vereinsmitglieder den Vereinsbeitrag für angemessen halten; dazu wurden lediglich die Antwortmöglichkeiten „Ja“ und „Nein“ vorgegeben. Wenn ein Teilnehmer diese

Frage mit „Nein“ beantwortet, folgt Frage neun, wo die Möglichkeit besteht, einen eigenen Vorschlag für einen angemessenen Beitrag zu machen. Wird Frage acht mit „Ja“ beantwortet, entfällt logischerweise Frage neun.

Die folgenden Fragen zehn bis zwölf befassen sich mit der persönlichen Aktivität der Mitglieder im Verein. Auf die Frage zehn, ob sich die Mitglieder aktiv an der Vereinsarbeit beteiligen, können sie zwischen den vorgegeben Antwortmöglichkeiten „Ja“ oder „Nein“ wählen. Konkretisiert oder begründet wird diese Frage mit der freien Antwort in Frage elf. In Frage Nummer 12 wird das Interesse an einer speziellen Mitwirkung bezüglich des 50jährigen Bestehens des Putjatinhaus e. V. erfragt. Diese Frage wurde von der Hausleitung gewünscht und dient der Erstellung einer Liste ehrenamtlicher Mitarbeiter.

Abschließend werden zwei demographische Fragen gestellt. Dabei handelt es sich um geschlossene Fragen mit vorgegeben Antwortmöglichkeiten. In Frage 13 wird die zuletzt abgeschlossene Ausbildung erfragt, um das Bildungsniveau der Vereinsmitglieder besser einschätzen zu können. Die letzte Frage der Erhebung bezieht sich auf die Höhe der monatlichen Nettohaushalteinkommen, sie dient der Einschätzung der Preise für Angebote des soziokulturellen Zentrums Putjatinhaus e. V. Die Antwortmöglichkeiten wurden dabei bewusst breit gefächert, um den Teilnehmern nicht den Eindruck zu ver-

mitteln, ihre finanzielle Lage genau beurteilen zu wollen. Bei dieser Frage ist die Residualkategorie „Keine Angabe“ von besonders großer Bedeutung, da viele Befragte keine Auskunft über ihre finanzielle Situation geben möchten.

Abgesehen von Frage 3, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 14 waren immer mehrere Antworten möglich. Die Fragen wurden dann jeweils nach Anzahl der Nennungen ausgewertet.

5.4 Durchführung

Die mündliche Befragung wurde per Telefon durchgeführt, da diese Variante die kostengünstigste und schnellste ist.

Während der Durchführung der Befragung wurden die Vorteile der qualitativen Methodik deutlich. Die Gesprächspartner waren sehr mitteilsam und haben die Beantwortung der Fragen häufig durch neue Sachverhalte, Geschichten aus ihrem eigenen Leben und dem Verein ergänzt. Ein Grund für das große Mitteilungsbedürfnis ist sicherlich das durchschnittlich hohe Alter der Vereinsmitglieder. In diesen offenen Gesprächen wurden häufig spätere Fragen vorweg gegriffen, so dass eine feste Reihenfolge der Fragen hinderlich gewesen wäre. Auch fiel es den Gesprächspartnern schwer, einige Fragen zu beantworten, sie benötigten zusätzliche Erklärungen sowie Anregungen bezüglich der Antwortmöglichkeiten. Eine feste Frageformulierung war nicht mög-

lich, da auf die Gesprächspartner individuell eingegangen werden musste.

Ein Gespräch dauerte im Durchschnitt 15 Minuten. Mit den wenigen jüngeren Teilnehmern dauerte es, wie zu Beginn geplant, fünf Minuten. Es gab aber auch Extremfälle, in denen das Gespräch über 30 Minuten gedauert hat.

Die Telefonate wurden in einem Zeitraum von einem Monat durchgeführt. Leider waren nicht alle Vereinsmitglieder, auch nach mehrmaligen Versuchen, zu erreichen. Deshalb umfasst die Auswertung nur die Aussagen von 88 der 94 Vereinsmitglieder.

5.4.1 Datenerfassung/Datenauswertung

Die Datenerfassung erfolgte simultan bei der Befragung. Alle Antworten wurden mit Microsoft-Excel tabellarisch aufgenommen. Bei den geschlossenen Fragen wurden die Antwortmöglichkeiten im Vorfeld codiert und dann in die Tabelle jeweils nur der entsprechende Zahlenwert eingetragen. Bei den offenen Fragen wurde die gesamte Antwort in Stichpunktform notiert. Bei der Auswertung konnten die codierten Antworten mittels Formeln direkt von Microsoft-Excel in Tabellen und Diagrammen ausgewertet werden. Die offenen Antworten wurden zu thematischen Gruppen zusammengefasst und diese Gruppen dann ebenfalls codiert. Da die Auswertung von offenen Fragen sehr aufwendig und teilweise subjektiv

ist, können diese meist nicht zahlenmäßig ausgewertet werden. Aufgrund der geringen Anzahl von Vereinsmitgliedern und der relativen Eindeutigkeit bei der Zuordnung der Antworten konnte diese Form der Auswertung aber durchgeführt werden.

5.5 Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der einzelnen Fragen präsentiert.

5.5.1 Grund für Beitritt

Da bei dieser Frage eine freie Antwort gefordert war, konnten die Antworten nicht direkt ausgewertet werden. Sie wurden thematisch gruppiert und die Gruppen für die Auswertung codiert. Die Aufschlüsselung der Gruppen ist in der Anlage B.1 nachzulesen.

Als Hauptgrund für den Eintritt in den Verein wurde 32 Mal das Putjatinhaus an sich genannt, unter anderem auch wegen Fürst Putjatin. Teilnehmerin Nr. 38 gab beispielsweise an: „Das Putjatinhaus ist wie ein Wahrzeichen von Kleinzschachwitz. Ich wollte den Verein unterstützen, damit das Haus auch in Zukunft für alle zugänglich ist.“

Auch das Angebot des Hauses - mit 22 Nennungen - und die Verbindung zu Kleinzschachwitz - mit 22 Nennungen - hat die Mitglieder seinerzeit angespro-

chen. Beispielsweise Teilnehmerin 78 sagte: „Ich lebe schon fast mein ganzes Leben hier in Kleinzschachwitz, deshalb fühle ich mich persönlich mit dem Ort verbunden und zu dem Ort gehört, seit ich mich erinnern kann, schon immer das Putjatinhaus.“

Eine wichtige Rolle spielten auch Freundschaften bzw. familiäre Verbindungen - mit 21 Nennungen -, dies vor allem bei den 19 Gründungsmitgliedern. Besonders wurde hierbei auch die Verbindung zu Frau Dr. Hillscher, der ehemaligen Vereinsvorsitzenden, genannt.

Die Möglichkeit der kreativen beziehungsweise sozialen Betätigung in der Umgebung - mit 16 und 12 Nennungen - zog eher wenige Leute an.

Auch die Gemeinschaft - mit 8 Nennungen - scheint kein so wichtiger Faktor gewesen zu sein.

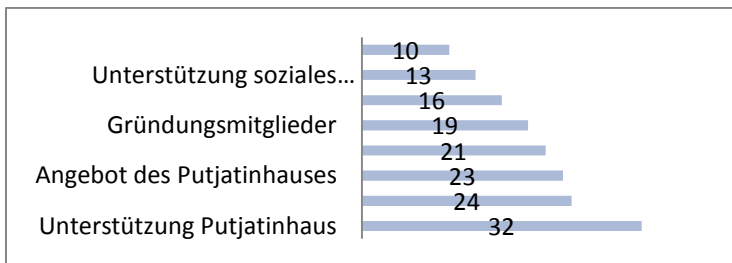


Abbildung 3 Eintrittsgrund in den Verein nach Anzahl der Nennungen

5.5.2 Angebotsnutzung im Putjatinhaus

Mit 69 Nennungen sind die Veranstaltungen das meist genutzte Angebot des Putjatinhauses. Die Kurse werden dagegen eher weniger genutzt und liegen mit 21 Nennungen weit hinter den Veranstaltungen. Auch themenbezogene Projekte, wie zum Beispiel der Musensommer, finden mit 7 Nennungen nur wenig Anklang. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass sich viele Vereinsmitglieder nicht festlegen möchten und sich eher spontan für eine Veranstaltung entscheiden.

Leider nutzen die meisten der Vereinsmitglieder die Angebote nur sehr selten 28 % nur 1-4 Mal im Jahr und 27 % nur 1-3 Mal im halben Jahr, 23 % der Vereinsmitglieder nutzen die Angebote sogar noch seltener. Gerade 17 % besuchen das Haus monatlich und lediglich 4 % einmal in 14 Tagen, ein einziges Mitglied gab an, die Angebote wöchentlich zu nutzen. Ein Grund für die geringe Nutzung sind die Veranstaltungszeiten am Donnerstagabend. Ältere Befragte gaben an, sie würden im Dunkeln nicht gern allein ausgehen. Jüngere Befragte sagten, dass aufgrund ihrer Arbeitszeiten oder sonstigen Verpflichtungen ein Termin in der Woche eher ungeeignet wäre.

5.5.3 Bewertung des soziokulturellen Zentrums Putjatinhaus

Da bei dieser Frage, wie in Abschnitt 5.5.1, eine freie Antwort gefordert war, wurden die Antworten wieder thematisch gruppiert und dann codiert. Die Aufschlüsselung der Gruppen ist in der Anlage B.2 für die positiven Aspekte und der Anlage B.3 für die negativen Aspekte nachzulesen.

Den Vereinsmitgliedern gefällt mit 54 Nennungen das Angebot des Putjatinhauses sehr gut. Es wird als vielfältig, abwechslungsreich und niveauvoll beschrieben. Sehr geschätzt wird dabei die Aufgeschlossenheit gegenüber Kindern/ Jugendlichen und Familien. Ein besonderes Angebot, nämlich die Ausflüge mit Frau Dr. Hillscher und Frau Zschiesche, wurden mit 42 Nennungen auf den zweiten Platz der Beliebtheitsskala gewählt. An dritter Stelle, mit 36 Nennungen, steht das Putjatinhaus selbst, das die Vereinsmitglieder mit seinem Ambiente und der langen Geschichte erfreut. Weit abgeschlagen, mit 16 Nennungen, liegt die Gemeinschaft, da sich die befreundeten Vereinsmitglieder eher im privaten Rahmen treffen. Auch das Team, mit 13 Nennungen, und die Bedeutung für den Stadtteil, mit 11 Nennungen, spielen eher eine untergeordnete Rolle.

„Die Mehrheit der Mitglieder ist zufrieden“. Auf den ersten Blick ein schönes Ergebnis: Für 58 % der Vereins-

mitglieder gibt es am Putjatinhaus nichts, das ihnen nicht gefällt. Jedoch muss festgestellt werden, dass viele der Befragten nicht wussten, was sie antworten sollen, weil sie einfach zu selten das Haus besuchen. 38 % der Befragten haben eine kritische Meinung geäußert.

Der größte Änderungsbedarf wird mit 12 Nennungen bei den Programminhalten gesehen. Besonders, dass die Veranstaltung „Mayer trifft“ nicht mehr stattfindet, finden die Vereinsmitglieder sehr schade.

Dicht gefolgt mit 11 Nennungen steht das Putjatinhaus als solches. Hier bezieht sich die Kritik auf viele kleine einzelne Probleme wie Heizung, Kaffeeautomat usw.

10 Nennungen hat das Programm allgemein bekommen. Hierbei dreht es sich hauptsächlich um die Problematik der Veranstaltungszeiten, die ja schon bei Frage 3 erläutert wurde.

5 Mal wurde auch der Verein/Vorstand als Problem genannt, insbesondere wurde die Zusammenarbeit zwischen Team und Vorstand bemängelt.

5.5.4 Bewertung des Fördervereins Putjatinhaus e. V.

Der Verein braucht sich vor einer „Zeugnisausgabe“ nicht zu fürchten“. 51 % der Mitglieder geben dem Verein die Note 2 und bewerten das Vereinsleben somit als gut. 19 Mitglieder sind sogar der Meinung, alles ist perfekt und vergeben die Note 1. 8 Mitglieder bewerten den

Verein mit der Note 3. Und nur jeweils 1 Mitglied vergibt die schlechten Noten 4 und 5. Als „Sehr schlecht“ wurde der Verein von niemandem bewertet. Mit nur 13 % der Antworten unter der Note 2 kann dies als positives Ergebnis bezeichnet werden. Jedoch müssen auch den 14 % Beachtung geschenkt werden, die keine Angabe gemacht haben. Viele der Befragten fühlten sich nicht in der Lage, den Verein zu bewerten, da sie zu selten anwesend sind und keinen Einblick in das Vereinsleben haben.

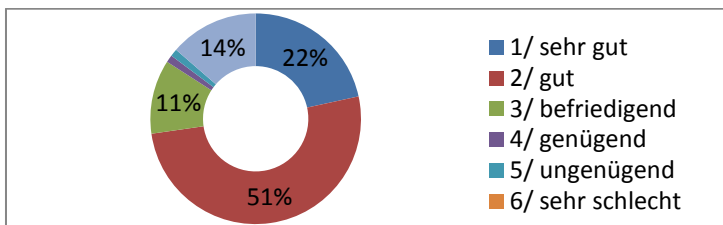


Abbildung 4 Benotung des Vereins in Prozent

Mit 32 Nennungen, die nichts verbessern würden, hat der Verein ein gutes Ergebnis erzielt, jedoch tritt hier wieder dasselbe Problem auf wie bei Frage 6: Die Mitglieder haben keinen Einblick in den Verein oder seine Tätigkeit.

Verständlich sind auch die 22 Nennungen für mehr Vorteile der Vereinsmitglieder. Diese Vorteile beziehen

sich alle auf Ermäßigungen bei Miete oder Eintrittsgeldern.

Für mehr gemeinsame Treffen gibt es 11 Nennungen. Der Vorstand sollte darüber nachdenken, ob es mehr als ein Treffen der Vereinsmitglieder im Jahr geben soll.

Mit den Informationen und ihrer Verteilung scheinen die meisten zufrieden zu sein, nur 3 Nennungen in diesem Bereich.

Und ein sehr bedenklich stimmendes Ereignis: Niemand wünscht sich mehr Einbindung; gerade das, was der Verein braucht.

Mit 33 Nennungen steht der Bereich Sonstiges ganz weit oben. Für diesen Bereich wurden die Antworten wieder thematisch gruppiert und dann codiert. Die Aufschlüsselung der Gruppen ist in der Anlage B.4 nachzulesen.

Es wurde vor allem mit 17 Nennungen die Struktur des Vereins bemängelt. Das heißt, auch die Mitglieder wissen, dass mehr und vor allem aktivere Mitglieder benötigt werden. An zweiter Stelle mit 10 Nennungen steht der Bereich Verein, wo sich die Mitglieder vor allem eine bessere Kooperation zwischen Verein/Vorstand und dem Putjatinhaus selbst wünschen. Die 8 Nennungen im Bereich Wünsche zielen auf verschiedene persönliche Anliegen. Eher weniger fällt hier der Bereich Treffen mit 4 Nennungen ins Gewicht. Aber zusammen mit den

11 Nennungen vorher ist es auf alle Fälle ein Bereich, der verbessert werden könnte.

95 % der Befragten sind vollkommen zufrieden mit dem jährlich zu zahlenden Beitrag. Nur 3 Personen haben Änderungsvorschläge, 4 % der Befragten waren nicht zufrieden mit der Höhe des Vereinsbeitrags. Davon waren 4 Personen der Meinung, es müsste mehr Beitrag gezahlt werden, und 3 Personen wollten dass die Höhe des Beitrags sinkt. 1 % der Befragten hat keine Angabe gemacht.

5.5.5 Aktivität der Vereinsmitglieder

Es gibt keine regelmäßige Mitarbeit im Verein; zwar gaben 34 % der Befragten an, sich regelmäßig an der Vereinsarbeit zu beteiligen, dabei sind es nach Auskunft der Hausleitung gerade einmal ca. 10 Personen, die sich tatsächlich aktiv beteiligen. Schlecht ist auch, dass sich 66 % der Vereinsmitglieder kaum oder gar nicht beteiligen. Nur 15 Personen würden sich unter gewissen Umständen aktiver an der Vereinsarbeit beteiligen. Eine persönliche Ansprache wünschen sich dabei 14 Personen, und eine Person möchte, dass sich der Verein besser um seine älteren Mitglieder kümmert. 70 Personen würden sich aus persönlichen Gründen auch unter anderen Voraussetzungen nicht mehr beteiligen als bisher. Gründe für die Passivität sind hauptsächlich Zeitmangel und Alter beziehungsweise Krankheit.

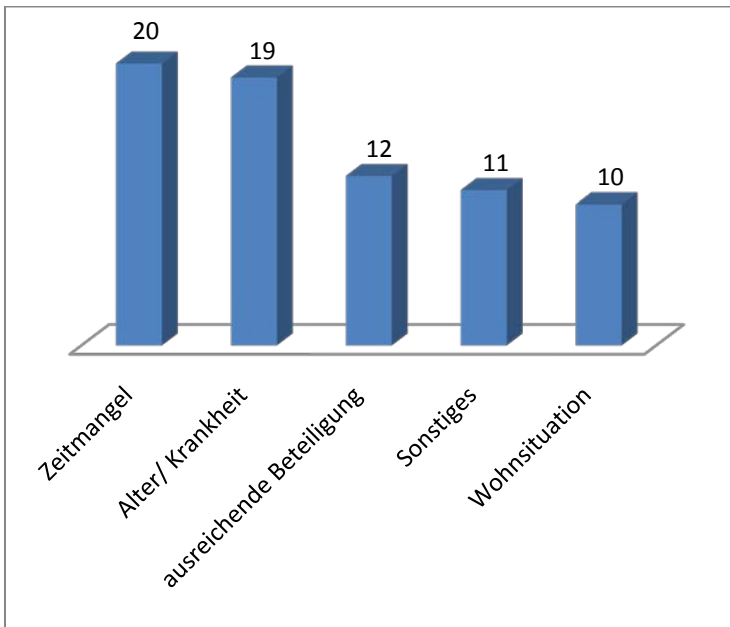


Abbildung 5 Gründe für die Passivität der Vereinsmitglieder nach Anzahl der Nennungen

6 Die Mitgliederkampagne

6.1 Beweggründe/ Zielsetzung

Die Beweggründe zur Entwicklung einer Mitgliederkampagne erschließen sich aus den Ergebnissen der internen Vereinsevaluation. An erster Stelle steht dabei das Alter der 94 Vereinsmitglieder. Wie in Abschnitt 5.1.1 bereits erwähnt, gibt es kein einziges Vereinsmitglied in der Altersgruppe von 0 bis 30 Jahren, 71 % der Vereinsmitglieder gehören der Altersgruppe der über 60-Jährigen an, womit das Durchschnittsalter der Vereinsmitglieder bei 66 Jahren liegt. Dieser relativ hohe Altersdurchschnitt zieht mehrere Konsequenzen nach sich.

Mit steigendem Alter sinkt die Aktivität der Personen im Verein. Auch wenn 34 % der Befragten angaben, sich regelmäßig an der Vereinsarbeit zu beteiligen, sind es real nur ca. 10 Personen, die dies tatsächlich tun. Des Weiteren gaben 66 %, also mehr als die Hälfte der Vereinsmitglieder, an, sich kaum oder gar nicht an der Vereinsarbeit zu beteiligen. 70 von 88 befragten Personen würden sich auch unter anderen Voraussetzungen nicht aktiver an der Vereinsarbeit beteiligen. 19 Personen begründeten dies mit ihrem Alter oder einer Krankheit. Für weitere 20 Personen ist keine rege Beteiligung aufgrund von Zeitmangel möglich und für 11 Personen aus persönlichen Gründen. Auch in diesen beiden Gruppen spie-

len die Faktoren Alter und häufig damit einhergehend Krankheit eine entscheidende Rolle.

Verbunden damit sinkt auch die Häufigkeit der Veranstaltungsbesuche. Wie in Abschnitt 5.5.2 bereits genannt, besuchen 27 % der Befragten nur 1 bis 3 Mal im halben Jahr Veranstaltungen und 28 % nur 1 bis 4 Mal im Jahr. Noch seltener nutzen 23 % der Vereinsmitglieder das Angebot. Der Grund dafür ist zum einen die Veranstaltungszeit Donnerstagabend. Viele ältere Befragte gaben an, sie würden im Dunkeln nicht mehr allein ausgehen, weil sie beispielsweise Angst vor Überfällen haben. Des Weiteren haben sie ein Problem damit, zu Fuß oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zum Putjatinhaus zu kommen. Wenn sie einmal das Putjatinhaus besuchen möchten, werden sie von ihren Kindern und Enkeln gebracht die meist unter der Woche wegen beruflichen Verpflichtungen keine Zeit dafür haben. Daraus folgt, dass mit steigendem Alter die Mitglieder passiver werden. Da sie das Putjatinhaus kaum noch besuchen, können sich einige von ihnen nicht mehr mit dem Verein identifizieren.

Auf die Frage, was ihnen am Putjatinhaus nicht gefällt, bezogen sich 24 Personen auf das Programm beziehungsweise die Programminhalte. Sie finden das Programm zu bunt sowie unübersichtlich und mögen das Motto nicht. Stattdessen wünschen sie sich eher ein

klassisches Programm, wie zum Beispiel „Meyer trifft“, und andere Veranstaltungszeiten.

Auch die Mitglieder wissen, dass der Verein mehr und vor allem aktivere Mitglieder braucht. Auf die Frage, was am Verein verbessert werden muss, bemängelten 17 Personen die Struktur des Vereins. Durch das hohe Alter der Vereinsmitglieder wird auch das Vereinsleben zunehmend passiv. Jedoch lebt ein Verein durch seine Mitglieder, und es ist wichtig, dass diese gemeinsam die Ziele des Vereins umsetzen. Durch eine bessere Beteiligung der Mitglieder würde auch die Hausleitung entlastet. Zusätzlich würde ein neuer kreativer Austausch stattfinden und das Haus würde wieder mehr als Begegnungsstätte fungieren. Des Weiteren muss bedacht werden, dass immer mehr Vereinsmitglieder versterben. Werden keine neuen Mitglieder gewonnen, wird auch der Verein sterben.

Aufgrund der Kürzungen im öffentlichen Bereich wird der Verein in den nächsten Jahren stärker auf die Einnahmen durch die Vereinsmitglieder angewiesen sein.

6.2 Zielgruppe

Die Zielgruppe ist zunächst geographisch begrenzt. In Dresden gibt es mehrere soziokulturelle Zentren deren Zielgruppe meist die Personen aus dem eigenen Stadtteil oder aus den angrenzenden Stadtteilen sind. Für das Putzatinhaus ist dies das Postleitzahlgebiet 01259, mit

den Stadtteilen Groß-/Kleinzschachwitz, Laubegast, Leuben, Lockwitz und Niedersedlitz. Dieser geographische Bezug ergibt sich aus den Ergebnissen der Umfrage.

Prinzipiell soll die Mitgliederkampagne alle Personen ansprechen, die sich gerne mit Kultur befassen oder Teil einer Gemeinschaft sein möchten. Denn jedes neue Mitglied bringt für den Verein finanzielle und repräsentative Vorteile. Aber natürlich sollen vor allem Personen angesprochen werden, die sich wirklich aktiv an der Vereinsarbeit beteiligen möchten, da diese Personengruppe momentan im Verein unterrepräsentiert ist. Deshalb ist auch der geographische Bezug notwendig, da eine aktive Beteiligung meist nur möglich ist, wenn sich der Anfahrtsweg nicht zu lang gestaltet.

Um die Aktivität zu steigern, müssen auch mehr Personen der Altersgruppe von 31 bis 59 Jahren akquiriert werden. Jüngere Personengruppen (Teenager und junge Erwachsene) sind natürlich auch willkommen, aber diese werden kaum zu erreichen sein. Das liegt daran, dass sich das Programm des Putjatinhauses nicht an diese Altersgruppe richtet und deshalb eher andere Alternativen zur Freizeitgestaltung genutzt werden.

Eine wichtige Zielgruppe der Mitgliederkampagne sind Familien mit Kindern bis 12 Jahren. Das Putjatinhauses hat gerade für die Kinder tolle Veranstaltungen und Kurse im Angebot. Familien bieten außerdem die Möglichkeit, die Gemeinschaft des Vereins bes-

ser zu nutzen, beispielsweise für ein Treffen der Eltern am Wochenende, an dem die Kinder gemeinsam spielen können. Den Familien wird damit die Chance geboten, aktiv eigene Treffen selbst zu organisieren, beispielsweise auch zur gegenseitigen Kinderbetreuung.

6.3 Merkmale

Um neue Mitglieder zu gewinnen, muss sich der Verein die Frage beantworten: „Warum sollte man Mitglied werden im Verein Putzatinhaus?“. Dabei fällt schnell auf, dass eine Mitgliedschaft momentan hauptsächlich aus rein altruistischen Gründen erfolgt. Momentane Vorteile sind die kostenlose Zusendung von Vereinsinformationen (Newsletter, Vereinsmitteilung), das Teilnahmerecht an Mitgliederversammlungen, volles Stimm- bzw. Wahlrecht (ab 18 Jahren) und die Ermäßigung bei der Einmietung. Um mehr Menschen anzusprechen, bedarf es aber einer noch besseren Motivation. Auch die bisherigen Vereinsmitglieder würden sich über ein kleines Dankeschön vom Verein freuen. So wünschen sich 26 % der Befragten Vorteile in Form von Ermäßigung bei Veranstaltungen. Aus diesem Grund soll ein Bonuskartensystem eingeführt werden. Des Weiteren müssen sich die Mitgliedsarten beziehungsweise Beiträge nach den Bedürfnissen der Mitglieder richten.

6.3.1 Mitgliedsarten

Für die momentane Mitgliederstruktur sind die Mitgliedsarten angemessen. Das sehen auch die Mitglieder so. 95 % der Befragten sind vollkommen zufrieden mit dem Mitgliedsbeitrag. Das liegt aber auch daran, dass mehr als 75 % der Vereinsmitglieder den vergünstigten Beitragssatz von 30,00 € im Jahr zahlen. Sollen neue Mitglieder gewonnen werden, müssen deren Lebenssituation beziehungsweise Bedürfnisse Beachtung finden. Die Einführung neuer Mitgliedsarten sowie Beiträge hat einen gewissen Vorteil für das Marketing. Denn durch individuelle Mitgliedsarten fühlen sich verschiedene Zielgruppen direkt angesprochen. Ihnen wird das Gefühl vermittelt, dass sich der Verein Ihren Bedürfnissen anpasst. Auch durch die Veränderung der Beitragssätze ist eine bessere Werbung möglich.

Die „Normale Mitgliedschaft“ mit einem Jahresbeitragssatz von 50,00 € bleibt erhalten. Die Besitzer einer „normalen Mitgliedschaft“ haben volles Stimmrecht und aktives sowie passives Wahlrecht. Auch können sie alle Vorteile nutzen.

Des Weiteren übernommen werden die „Anschlussmitgliedschaft“, die „ermäßigte Mitgliedschaft“, die „Fördermitgliedschaft“ und die „Ehrenmitgliedschaft“.

Eine „Anschlussmitgliedschaft“ kann für in der Familie eines Mitgliedes lebende Angehörige erfolgen. Die

Besitzer einer „Anschlussmitgliedschaft“ zahlen einen ermäßigten Jahresbeitrag von 30,00 €. Sie haben volles Stimmrecht und aktives sowie passives Wahlrecht. Auch können sie alle Vorteile nutzen.

Die „ermäßigte Mitgliedschaft“ gilt für Rentner, Frührentner, Schwerbeschädigte, Arbeitslose, Auszubildende, Studenten und Personen unter 18 Jahren. Da 75 % der Vereinsmitglieder den vergünstigten Beitragssatz von 30,00 € im Jahr zahlen und mit dieser Situation zufrieden sind, wird dieser belassen. Die Besitzer einer „ermäßigten Mitgliedschaft“ haben volles Stimmrecht und aktives sowie passives Wahlrecht. Auch können sie alle Vorteile nutzen. Für Arbeitslose, Auszubildende und Studenten ist ein aktueller Nachweis bis zum 31. März des laufenden Jahres vorzulegen.

Bei der "Fördermitgliedschaft" wird die Höhe und Zahlungsmodalität (jährlich/ monatlich) des Förderbeitrags (mind. 10 € monatlich) zu Beginn der Mitgliedschaft individuell festgelegt. Fördermitglieder besitzen kein Stimmrecht und weder ein aktives noch passives Wahlrecht. Ihre Vorteile sind die kostenlose Zusendung von Vereinsinformationen (Newsletter, Vereinsmitteilung) und das Teilnahmerecht an der Mitgliederversammlung.

Die „Ehrenmitgliedschaft“ kann erlangt werden, indem man vom Vorstand als Ehrenmitglied vorgeschlagen und in der Mitgliederversammlung bestätigt wird. Die

Besitzer einer „Ehrenmitgliedschaft“ haben volles Stimmrecht und aktives sowie passives Wahlrecht. Des Weiteren können sie alle Vorteile nutzen. Ehrenmitglieder zahlen keinen Mitgliedsbeitrag.

Zusätzlich zu den fünf bereits bestehenden Mitgliedschaftsarten sollen im Rahmen der Mitgliederkampagne die „Familienmitgliedschaft“ und die „Aktivmitgliedschaft“ eingeführt werden.

Eine wichtige Zielgruppe, die durch die Mitgliederkampagne angesprochen werden soll, sind (junge) Familien. Das Putjatinhaus hat viele Angebote, die speziell für Kinder und deren Eltern gedacht sind, zum Beispiel der Mamasport oder musikalische Früherziehung. Aus diesem Grund wäre es sinnvoll eine „Familienmitgliedschaft“ einzuführen. Als Familie werden dabei der/die Erziehungsberechtigte/n sowie mindestens ein Kind definiert. Die Kinder sind jeweils bis zum 18. Lebensjahr in der Familienmitgliedschaft enthalten. Alle Teilnehmer der „Familienmitgliedschaft“ besitzen (ab dem 12ten Lebensjahr) volles Stimmrecht und aktives sowie passives Wahlrecht. Des Weiteren können sie alle Vorteile nutzen und erhalten eine spezielle Familienbonuskarte. Die Familienmitgliedschaft kostet 60,00 € im Jahr. Bis jetzt war für Familienmitglieder nur eine Anschlussmitgliedschaft mit einem zusätzlichen Jahresbeitrag von 30,00 € möglich. Das wären für ein Elternpaar momen-

tan 80,00 € Jahresbeitrag. Dies ist eine sehr hohe Summe, die für viele Familien nicht tragbar ist.

Soziokultur bedeutet Kultur von allen für alle, deshalb sollte der Zugang zum Verein auch allen ermöglicht werden. Manche Personen möchten sich aktiv an der Vereinsarbeit beteiligen, verfügen aber nicht über die nötigen finanziellen Mittel. Um auch diesen Menschen die Chance einer vollwertigen Mitgliedschaft zu geben, wäre es sinnvoll, eine „Aktivmitgliedschaft“ mit einem Jahresbeitrag von 12,00 € einzuführen. Der dadurch entstehende Beitragsverlust wird durch 20 ehrenamtliche Arbeitsstunden im Förderverein Putzatinhaus e. V. ausgeglichen. Durch eine „Aktivmitgliedschaft“ kann der Verein nur gewinnen. Auch wenn er nur einen geringen Beitragssatz erhält, werden die finanziellen Ressourcen verbessert. Des Weiteren gewinnt der Verein Mitwirkende für Garten- oder Basteleinsätze und die Umsetzung von Veranstaltungen. Außerdem hat die Aktivmitgliedschaft einen symbolischen Charakter, der aussagt: Bei uns sind alle Menschen willkommen, unabhängig von ihrer sozialen Lage. Besonders für die bereits als ehrenamtliche Helfer tätigen Personen ist es eine schöne Möglichkeit, ein vollwertiges Mitglied zu werden.

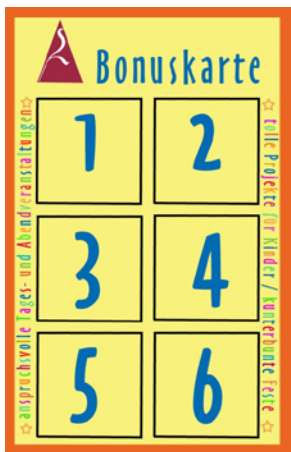
Die Umsetzung dieser neuen Mitgliedsarten erfordert nur einen geringen Verwaltungsaufwand. In einer bereits bestehenden Tabelle werden alle Informationen der Mitglieder bezüglich ihrer Mitgliedschaftsart aufgenom-

men. Benötigt man für eine Mitgliedschaft eine bestimmte Bescheinigung, wie zum Beispiel einen Ausbildungsnachweis, ist in der Tabelle das Datum festgehalten, wann diese Bescheinigung erneut vorgelegt werden muss. Zu Beginn eines neuen Kalenderjahres muss diese Tabelle überprüft werden. Dazu wird die Spalte „Datum“ mit den Ablauffristen der Bescheinigung automatisch sortiert und alle Personen, die eine neue Bescheinigung vorlegen müssen, stehen zu Beginn der Liste. Dann werden an diese Personen Nachrichten geschickt, in denen um eine aktuelle Bescheinigung gebeten wird. Sollte bis zum geforderten Datum keine aktuelle Bescheinigung vorliegen, erfolgt eine automatische Umstellung auf die normale Mitgliedschaft. Diese Aufgabe der Kontrolle und des Versands kann auch durch ein Vereinsmitglied übernommen werden, zum Beispiel auch als Ausgleichsleistung für eine Aktivmitgliedschaft.

6.3.2 Bonussystem

Die Bonuskarte wird jeweils zu Beginn eines neuen Geschäftsjahres den Mitgliedern zugeschickt. Auf der Bonuskarte befinden sich sechs Kästchen, welche abgestempelt werden können. Das Vereinsmitglied erhält pro besuchte Veranstaltung und pro Person einen Stempel. Das bedeutet, wenn ein Mitglied noch zwei Gäste zu einer Veranstaltung mitnimmt, werden 3 Kästchen abgestempelt. Da die Bonuskarte anonym ist, kann sie vom

Mitglied auch übertragen werden. Das heißt, wenn das Mitglied seine Freunde zu der Veranstaltung schickt, können auch diese die Bonuskarte abstempeln lassen. Für jedes abgestempelte Kästchen erhält man einmalig kostenlosen Eintritt. Die Bonuskarte gilt nur für Veranstaltungen und Feste, nicht für Kurse, Workshops oder Sonderveranstaltungen. Sind alle sechs Kästchen abgestempelt, wird die Karte eingezogen. Eine Rückerstattung der Karte oder nachträgliche Setzung der Stempelpunkte ist nicht möglich. Auf der Rückseite der Bonuskarte sind die allgemeinen Geschäftsbedingungen zusammengefasst und die Kontaktdaten des Putjatinhauses aufgeführt. Die Bonuskarte hat das Format einer Scheckkarte (85 × 55 mm) und ist somit leicht in der Brieftasche unterzubringen.



**Abbildung 7 Bonuskarte
Vorderseite**



**Abbildung 6 Bonuskarte
Rückseite**

Für Mitglieder der Familienmitgliedschaft gibt es eine eigene Bonuskarte, um auf die Bedürfnisse einer Familie besser einzugehen. Dabei sind die Kästchen für bestimmte Veranstaltungen reserviert. Die beiden ersten Kästchen sind für die Erziehungsberechtigten gedacht und gelten für den Eintritt zu einer Abendveranstaltung. Speziell für die Kinder sind drei Kästchen für die Veranstaltungsreihe „Sternenstaub“ besetzt. „Sternenstaub“ ist ein jährlich stattfindendes Projekt des Putjatinhauses, das mehrere Kinderveranstaltungen umfasst. Das Tollste an der Familienbonuskarte ist das Kästchen mit der Sonne, dafür erhält die ganze Familie freien Eintritt zum jährlich stattfindenden Kinderfest „Augustsonne“. Dies bedeutet eine finanzielle Entlastung und fördert den Familiengedanken. Ansonsten gelten für die Familienbonuskarte die gleichen Geschäftsbedingungen wie für die normale Bonuskarte.



**Abbildung 8 Familienbonuskarte
Vorderseite**

Steuerrechtlich ist diese Form eines Bonussystems nach § 55 der Abgabenordnung bedenkenlos umsetzbar, solange der Ermäßigungsbeitrag im Kalenderjahr nicht mehr als der Mitgliedsbeitrag ausmacht.

6.3.3 Flyer

Wichtig ist auch die Kommunikation der Vorteile für Mitglieder. Denn bei der Umfrage wurde festgestellt, dass viele Mitglieder nicht wussten, dass sie bereits Ermäßigung bei der Einmietung erhalten. Aus diesem

Grund sollen die potentiell neuen Mitglieder direkt auf ihre Vorteile hingewiesen werden.

Dazu dient der extra für die Mitgliederkampagne entworfene Flyer. Ist der Flyer geschlossen, hat er durch einen Zweibruch Leporellofalz und eine Falzung in der Mitte ein Format von 99 x 210 mm. Dies entspricht dem Format des monatlichen Programmheftes des Putjatinhauses und somit ist der Flyer problemlos in den dafür vorgesehen Vorrichtungen (Flyerboxen im Außenbereich) des Hauses unterzubringen.

Auf der Vorderseite des Flyers sind im geschlossenen Format grafisch die Eingangstür zum Putjatinhaus, mit der Aufschrift „Werden Sie Mitglied“, und die Kontaktdaten des Putjatinhauses dargestellt.

Wird der Flyer aufgeklappt, hat er ein DIN A3 hoch Format (297 x 420 mm). Auf der aufgeklappten Vorderseite des Flyers ist das Putjatinhaus, mit seinem unverwechselbaren Wandmuster, dargestellt (siehe Abb.9). Der Betrachter kann nun hinter jedem Fenster des Hauses etwas über das Putjatinhaus erfahren. Das grüne Fenster oben links zählt das vielfältige Angebot des Putjatinhauses auf: „niveauvolle Abend- & Tagesveranstaltungen, kunterbunte Feste, anspruchsvolle Kurse & Workshops, spannende Projekte für Kinder“. Das lila Fenster daneben fordert den Betrachter dazu auf, ein vollwertiges Mitglied zu werden und informiert darüber, dass dies bereits ab einem Jahresbeitrag von 12 € mög-

lich ist und dass es Ermäßigungen für verschiedene Personengruppen gibt. Das orangene Fenster links unten zählt die Vorteile auf, die man durch eine Mitgliedschaft erhält: „Ermäßigung bei Veranstaltungen und Einmietungen, Zusendung von Vereins- und Veranstaltungsinformationen, Teilnahme an der Mitgliederversammlung, volles Stimm- und Wahlrecht“. Das rote Fenster links nennt die Vorzüge der Vereinsgemeinschaft: „aufgeschlossene Mitglieder, kreatives & soziales Engagement, aufregende Ausflüge, Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung“. Der Flyer enthält somit alle wichtigen Informationen bezüglich des Hauses und soll den Betrachter neugierig auf mehr machen.

Da der Flyer hauptsächlich zur Mitgliedergewinnung gedacht ist, aber nicht genug Platz bietet, um über alle Mitgliedsarten zu informieren, wird ein extra Informationsblatt beigelegt. Auf diesem sind alle Mitgliedsarten mit ihren Konditionen detailliert aufgeführt. Des Weiteren enthält er ein Anmeldeformular, das man abtrennen und direkt beim Putjatinhaus einreichen kann.



Abbildung 9 Flyer Vorderseite ausgeklappt

Auf der Rückseite des Flyers befindet sich ein Kalender für das Jahr 2011. In diesem Kalender sind bereits die wichtigsten Veranstaltungen des Putjatinhauses mit Bild eingetragen. In Abb. 10 sind nur drei Veranstaltungen zu sehen, da weitere Termine zum Zeitpunkt der

Erstellung noch nicht feststanden. Der Kalender bietet aber auch Platz, um eigene Termine einzutragen. Dadurch sollte dem Flyer auch ein praktischer Charakter verliehen werden, so dass er nach der ersten Betrachtung nicht seinen Sinn verliert und sofort weggeworfen wird.

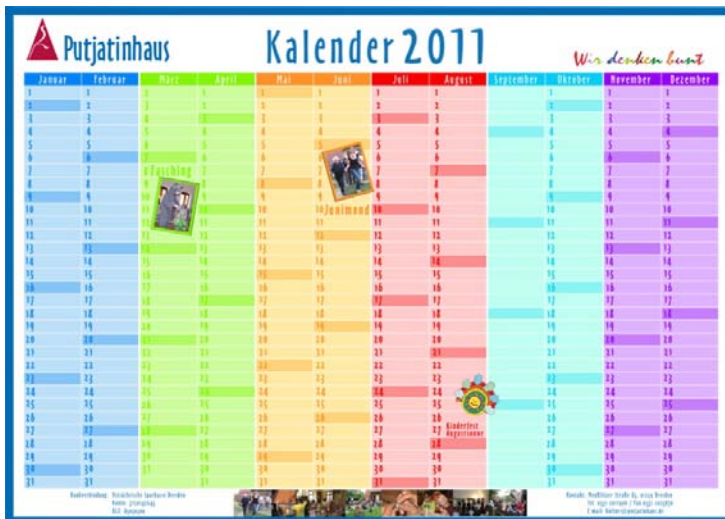


Abbildung 10 Flyer Rückseite aufgeklappt

6.3.4 Werbemaßnahmen/Distribution

Auf die Frage nach den Beweggründen für die Mitgliedschaft im Putjatinhaus e. V. antworteten 55 Personen, sie wollen das Putjatinhaus und dessen Angebot unterstüt-

zen. 24 Personen sind aufgrund der Verbundenheit mit Kleinschachwitz beigetreten. Aufgrund von Familie oder Freunden im Verein sind 21 Personen eingetreten. Schon dadurch wird deutlich, dass für die Mitglieder vor allem das Haus an sich und die Menschen aus der Umgebung eine besondere Rolle spielen. Das liegt auch daran, dass die Vereinsmitglieder meist aus der Nachbarschaft sind. 78 % der Mitglieder kommen aus dem Postleitzahlgebiet 01259, somit aus den Stadtteilen Groß-/Kleinschachwitz, Laubegast, Leuben, Lockwitz und Niedersedlitz. Nur 15 Mitglieder kommen aus anderen Dresdner Stadtteilen. Somit steht fest, Hauptbeweggrund, um dem Putjatinhaus e. V. beizutreten, ist die räumliche Nähe des Wohnsitzes. Aus diesem Grund soll sich die Mitgliederkampagne auf ein kleines Einzugsgebiet beschränken. Im engen Umfeld Kleinschachwitz werden die Flyer direkt an Haushalte verteilt. Um Kosten zu sparen können diese Flyer über das Verteilersystem der ehrenamtlichen Mitarbeiter ausgetragen werden. Im größeren Umfeld werden die Flyer als Plakate in öffentlichen Gebäuden und Läden ausgehängt. Zusätzlich wird bei jeder Veranstaltung die Mitgliederkampagne beworben. Eine weitere Maßnahme ist es, direkt in den Kursen die Teilnehmer gezielt auf eine Mitgliedschaft anzusprechen. Hier kann ein bereits vorhandenes Publikum aktiviert und für eine Mitgliedschaft gewonnen werden.

6.4 Aussichten der Mitgliederkampagne

Leider war im Forschungszeitraum von vier Monaten die Umsetzung der Mitgliederkampagne nicht möglich, weshalb im Folgenden kurz die Aussichten für das Projekt geschildert werden.

Das Konzept der Mitgliederkampagne wurde bereits dem Vereinsvorstand vorgestellt und durch ihn genehmigt. Für eine Umsetzung ist aber auch die Zustimmung der Vereinsmitglieder notwendig. Deshalb findet im Januar 2011 die jährliche Mitgliederhauptversammlung statt, auf der den Vereinsmitgliedern das Konzept vorgestellt wird. Sind auch diese mit der Umsetzung der Kampagne einverstanden, kann das Projekt starten. An erster Stelle steht dabei das Drucken der Flyer und Plakate. Auch auf der Homepage des Putjatinhauses muss die Mitgliederkampagne beworben werden und über die neuen Mitgliedsformen sowie die Bonuskarte aufmerksam gemacht werden. Des Weiteren muss im Verein ein Verantwortlicher festgelegt werden, der sich um die Verwaltung der Mitgliedsarten und der dazugehörigen Bescheinigungen kümmert.

Wenn sich im Jahr 2011 neue Mitglieder anmelden, sollte immer nachgefragt werden, warum sie sich anmelden. Wird als Grund der Flyer oder die neuen Mitgliedsarten beziehungsweise die Bonuskarte genannt, wird dies notiert. Somit kann man am Ende des Jahres

nachvollziehen, ob die Kampagne von den Leuten angenommen wurde und somit erfolgreich war.

7 Literaturverzeichnis

Bücher

Börne, Ludwig: Über den Umgang mit Menschen (1624).
In: Börne, Ludwig/Reinganum, Hermann : Gesammelte
Schriften von Ludwig Börne. Erster Band, Hamburg/
Frankfurt am Main 1862, S.246

Geckle, Gerhard: Vereins-Ratgeber. Wie Sie erfolgreich
Ihren Verein gründen, organisieren und führen. Vereins-
recht. Satzung. Steuern. 9. Auflage; Planegg/München
1987 1997

Klein, Armin: Kulturpolitik. Eine Einführung. 3. Auflage,
Wiesbaden 2009, S. 185f.

Sächsisches Staatsministerium der Justiz: Referat für
Presse und Öffentlichkeitsarbeit (Hrsg.): Alles zum Ver-
ein. 4.Auflage, Dresden November 2008

Sächsisches Staatsministerium der Finanzen: Vereine
und Steuern (Hrsg.): Informationen über die Besteuerung
gemeinnütziger Vereine. 7. Auflage, Dresden 2009

Sonstige Schriften

Förderverein und soziokulturelles Zentrum Putzathaus e. V. (Hrsg.): Geschäftsbericht 2009. Dresden 2009

Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.): Broschüre Landesverband Soziokultur. Dresden 2006

Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.): Evaluation Soziokultureller Einrichtungen und der Förderpolitik der Landeshauptstadt Dresden. Abschlussbericht. Dresden 2008

Internet

**Bundesvereinigung soziokultureller Zentren e. V. (Hrsg.): Begriff Soziokultur. URL:
<http://www.soziokultur.de/bsz/node/17>, Abfrage am 16.November 2010 (A)**

**Bundesvereinigung soziokultureller Zentren e. V. (Hrsg.): Geschichte Soziokultur. URL:
<http://www.soziokultur.de/bsz/node/79>, Abfrage am 16.November 2010 (B)**

Förderverein und soziokulturelles Zentrum Putjatinhaus e. V. (Hrsg.): Geschichte. URL: <http://www.putjatinhaus.de/das-haus/geschichte/>, Abfrage am 7. November 2010

Förderverein und soziokulturelles Zentrum Putjatinhaus e. V. (Hrsg.): Verein. URL: <http://www.putjatinhaus.de/das-haus/foerderverein/>, Abfrage am 7. November 2010

Förderverein und soziokulturelles Zentrum Putjatinhaus e. V. (Hrsg.): Satzung des Fördervereins Putjatinhaus e. V. 23.09.1997, URL: <http://www.putjatinhaus.de/wp-content/uploads/2009/10/satzung-des-fordervereins-putjatinhaus.pdf>, Abfrage am 7. November 2010

KdFS - Kulturstiftung des Freistaats Sachsen (Hrsg.): Förderrichtlinie. URL: <http://www.kdfs.de/foerderung/foerderrichtlinie/>, Abfrage am 9. Oktober 2010

Knoblich, Tobias: Was ist Soziokultur in Sachsen? Zu Begriff, Praxis und Entwicklung. URL: <http://www.soziokultur-sachsen.de/download.html>, Abfrage 9. am Oktober 2010

Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.): Was ist Soziokultur?

URL: <http://www.soziokultur-sachsen.de/soziokultur.html>, Abfrage 9. am Oktober 2010 (A)

Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.): Satzung des Landesverbandes Soziokultur Sachsen e. V. 22. September 1992, URL:

<http://www.soziokultur-sachsen.de/satzung.html>, Abfrage 9. am Oktober 2010 (B)

Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.): Unsere Mitgliedseinrichtungen. <http://www.soziokultur-sachsen.de/mitglieds-einrichtungen.html>, Abfrage am 9.Oktober 2010 (C)

Landesverband Soziokultur Sachsen e. V. (Hrsg.): Kriterienkatalog Soziokultur. 16.04.2007, URL:
<http://www.soziokultur-sachsen.de/download.html>, Abfrage am 9.Oktober 2010

Winter, Stefanie: Quantitative vs. Qualitative Methoden, 15. Mai 2000, URL: http://imihome.imi.uni-karlsruhe.de/nquantitative_vs_qualitative_methoden_b.html Abfrage am 9. Oktober 2010

Anhang

Anlagenverzeichnis

A Fragebogen der Evaluation des Fördervereins Putjatinhaus e. V.	80
B Aufschlüsselung der gruppierten Antworten	84
B.1 Gruppierungen Frage 1	84
B.2 Gruppierungen Frage 4	86
B.3 Gruppierungen Frage 5	88
B.4 Gruppierungen Frage 7 „Sonstiges“	89

**A Fragebogen der Evaluation des Fördervereins
Putjatinhaus e. V.**

1. Warum sind Sie Mitglied im Förderverein Putjatinhaus?

- a) _____ (Antwort frei wählbar)
- b) keine Angabe

2. Welche Angebote des Putjatinhauses nutzen Sie?

- a) Kurse
- b) Veranstaltungen
- c) themenbezogene Projekte (z.B.: Musensommer)
- d) keine Angabe

3. Wie oft besuchen Sie Veranstaltungen/ Kurse im Putjatinhaus?

- a) wöchentlich
- b) einmal in 14 Tagen
- c) einmal im Monat
- d) einmal im halben Jahr
- e) einmal im Jahr
- f) seltener
- g) keine Angabe

4. Was gefällt Ihnen am Putjatinhaus am besten?

- a) _____ (Antwort frei wählbar)
- b) keine Angabe

5. Und was gefällt Ihnen gar nicht?

- a) _____ (Antwort frei wählbar)
- b) keine Angabe

6. Wie bewerten Sie den Verein auf einer Skala von 1 bis 6?

- a) Note 1 (sehr gut)
- b) Note 2 (gut)
- c) Note 3 (befriedigend)
- d) Note 4 (genügend)
- e) Note 5 (ungenügend)
- f) Note 6 (sehr schlecht)
- g) keine Angabe

7. Was müsste Ihrer Meinung nach verbessert werden?

- a) mehr Informationen über die Vereinstätigkeit
- b) mehr Einbindung in die Vereinstätigkeit
- c) mehr gemeinsame Treffen
- d) mehr Vorteile für Vereinsmitglieder

Wenn ja, welcher Art? _____ (Antwort frei wählbar)

- e) Sonstiges: ? _____ (Antwort frei wählbar)
- f) es sind keine Verbesserungen nötig
- g) keine Angabe

8. Halten Sie die Höhe des Vereinsbeitrags für angemessen?

- a) ja
- b) nein
- c) keine Angabe

9. Wenn „nein“ welchen Beitrag würden Sie vorschlagen?

- a) _____ (Antwort frei wählbar)
- b) keine Angabe

10. Beteiligen Sie sich regelmäßig aktiv an der Vereinsarbeit (z.B. Kuchenspende usw.)?

- a) ja
- b) nein
- c) keine Angabe

11. Unter welchen Voraussetzungen würden Sie sich aktiver an der Vereinsarbeit beteiligen?

- a) _____ (Antwort frei wählbar)
- b) keine Angabe

12. Das Putjatinhaus feiert 2011 sein 50jähriges Bestehen. Hätten Sie Interesse, bei der Vorbereitung dieses Ereignisses mitzuwirken?

- a) ja
- b) nein
- c) vielleicht

d) keine Angabe

13. Welche Ausbildung haben Sie?

a) weniger als 10 Klassen

b) 10 Klassen Abschluss

c) Abitur

d) Berufsausbildung (Fachschule)

e) Hochschulstudium

f) keine Angabe

14. Wie hoch ist Ihr monatliches Nettoeinkommen?

a) unter 1000 €

b) 1000 € - 4000 €

c) über 4000 €

d) keine Angabe

B Aufschlüsselung der gruppierten Antworten

B.1 Gruppierungen Frage 1:

Gruppierung: Unterstützung Putjatinhaus/ Verein

- Erhalt des Putjatinhauses
- Verbundenheit mit dem Putjatinhaus
- Stolz auf Putjatinhaus und das Geleistete
- Interesse an den Aufgaben im Verein
- Zugänglichkeit des Hauses für die Öffentlichkeit erhalten
- Wohnen im Putjatin Landhaus
- Interesse an (russischer) Kultur
- moralische Verbindung zu Fürst Putjatin (Studium in Leningrad; in Russland geboren)
- Leben in das Haus bringen

Gruppierung: Familie/ Freunde

- Freundschaft mit Frau Dr. Hillscher
- Familie ging in die ehemalige Grundschule
- ehemalige Mitarbeiterin
- Vereinsmitgliedschaft ist Familientradition
- Nachfahren von Fürst Putjatin
- Durch Freunde/ Familie auf das Haus aufmerksam geworden

Gruppierung: Soziales Engagement

- etwas für andere tun

- Unterstützung von Kultur
- sich persönlich einbringen
- tolle Beschäftigung für die Rente

Gruppierung: Unterstützung Kleinzschachwitz

- Verbundenheit zu Kleinzschachwitz
- Bewohner/in

Gruppierung: Gemeinschaft

- Gemeinschaft im Verein kennenlernen
- Suche nach Gemeinschaft in der Umgebung

Gruppierung: kulturelle Einrichtung

- Suche nach kultureller Einrichtung in der Umgebung
- Kulturhaus wertvoll für den Stadtteil

Gruppierung: Angebot des Putjatinhauses

- einladendes, vielseitiges, kulturelles Angebot
- agile, freundliche Mitarbeiter
- gute Künstler
- tolle Veranstaltungen und Ausflüge
- Möglichkeit der Einmietung
- Seniorenangebot; Keramikkurs

Gruppierung: Gründungsmitglieder

- beim Aufbau mitgewirkt
- von Anfang an dabei

B.2 Gruppierungen Frage 4:

Gruppierung: Team

- jung; offen; freundlich; agil
- Eifer beim Betreiben des Hauses
- leisten sehr kreative Arbeit

Gruppierung: Angebot

- vielfältig; abwechslungsreich; anspruchsvoll; immer neu, einladend; niveauvoll
- viel für Familien und für Kinder/Jugendliche
- Seniorenangebote
- Tanzen; Singabende; Diavorträge
- Beteiligung an der Dorfmeile
- viele Themen aus fremden Ländern
- gute Künstler
- schöne und informative Homepage
- Aufgeschlossenheit gegenüber Kindern/ Jugendlichen
- Pflege der Kunst
- Vermietung (Volkssolidarität)
- Einbeziehung aller
- jeder kann sich kreativ betätigen

- Motto

Gruppierung: Bedeutung für den Stadtteil

- kulturelle Anlaufstätte;
- Haus für jeden zugänglich
- Bereicherung des Stadtteils

Gruppierung: Gemeinschaft

- bekannte, niveauvolle Gemeinschaft
- verschiedene Gäste
- Vereinstreffen

Gruppierung: Ausflüge

- Ausflüge mit Frau Dr. Hillscher und Frau Zschesche

Gruppierung: Putjatinhaus

- Ambiente
- kleines, überschaubares Haus
- geschichtsträchtiges Haus
- Tradition
- Konstruktion, Aufbau, Einrichtung, Lage des Hauses
- familiäre Atmosphäre
- Wohlfühlatmosphäre

B.3 Gruppierungen Frage 5:

Gruppierung: Verein/ Vorstand

- schlechte Zusammenarbeit zwischen Leitung Putjatinhaus und Vorstand
- mehr Aktivität des Vorstands
- mehr junge Leute im Verein
- Stiftungsgedanken verwerfen

Gruppierung: Programm allgemein

- Veranstaltungen nur am Abend
- Veranstaltung nur am Donnerstag
- Programm zu bunt und nicht übersichtlich genug
- Motto
- zu viele Angebote für Kinder und Jugendliche
- keine behindertengerechte Veranstaltungen/ keine Ausweisung derer im Programm

Gruppierung: Programminhalte

- mehr klassisches Programm
- andere Referenten im Bereich Literatur
- „Mayer trifft“ wieder ins Programm aufnehmen
- Programmvorschläge: Kraftfahrzeugschulung, Prüfung der neuen Häuser im Umfeld (ob sie ins Bild passen), öfter Yoga (1 Mal in der Woche), Bauchtanz mit Yogaelementen

Gruppierung: Putjatinhaus

- Haus soll sich nicht bemühen größer zu werden
- Heizung im Sommer aus
- Anschaffung eines Kaffeeautomaten
- Preise zu hoch für Veranstaltungen
- Gespräche über Dinge ohne Kenntnis der Fakten
- zu viel Arbeit für den Moment, zu wenig für etwas Beständiges
- Beteiligung der Hausleitung an Veranstaltungen (Begrüßung/ Verabschiedung)
- Außengestaltung des Hauses (zu bunt beklebter Zaun)

B.4 Gruppierungen Frage 7 „Sonstiges“

Gruppierung: Verein

- mehr Interesse und Aktivität des Vorstands
- Verein wird zu modern
- mehr Betreuung für ältere Mitglieder (helfende Hand/ Zuhörer usw.)
- bessere Zusammenarbeit zwischen Leitung Putjatinhaus und Vorstand
- mehr Verantwortung/ Leistungsbereitschaft der Mitglieder
- zu große Distanz zwischen Vereinsmitgliedern und Putjatinhaus (Mitglieder sind keine Kunden und müssen persönlicher behandelt werden)
- Vereinsmitglieder sollten öfter zu Veranstaltungen gehen

Gruppierung: Treffen

- mehr Gemeinschaft im Verein
- mehr gemeinsame Veranstaltungen, z. B. Weihnachten
- mehr Treffen, die von Vereinsmitgliedern organisiert werden
- spontane Treffen, z. B. Frühstück der Mitglieder

Gruppierung: Struktur

- mehr junge Mitglieder im Verein
- mehr Mitglieder

Gruppierung: Wünsche

- keine Postmeldungen
- Bescheinigung über Beitragszahlung
- mehr Toleranz (Ablehnung eines Vortrags über russischen Historiker)
- Zukunft sichern durch Anbindung an Rathaus
- öffentliche Wirkung verbessern
- Programm wieder in Briefkasten werfen
- Vereinstreffen behindertengerecht gestalten

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Unterschrift